



TRABAJO FINAL DE GRADO

CREACIÓN DE UN FORMATO TELEVISIVO: ¡ME DESTORNILLO!

Trabajo de fin de grado para la titulación de
Comunicación Audiovisual, Universidad de Sevilla.

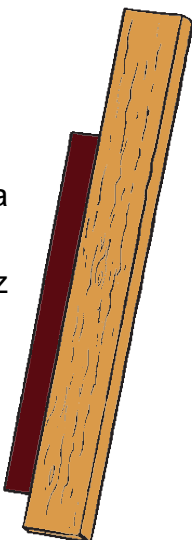
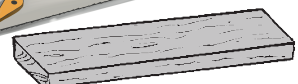
Realizado por Ángel Criado Caña.

Tutorizado por Evangelina Las Heras Pérez.

Curso Académico 2020/21.

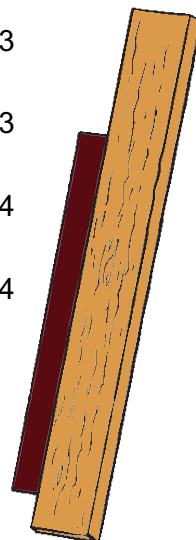
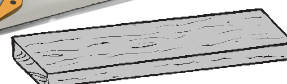
Alumno: Ángel Criado Caña

Vo. Bo. del Tutor: Evangelina Las Heras Pérez

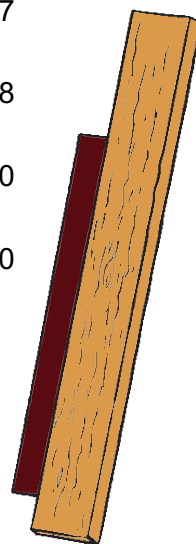


Índice

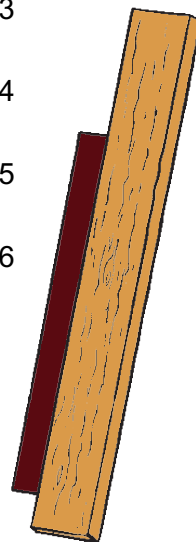
1. Introducción	6
Justificación	6
Definición del Proyecto	6
2. Objetivos	8
Objetivos Generales	8
Objetivos Específicos	8
3. Marco teórico	10
Las industrias culturales y la televisión	10
Modelos de televisión	12
El mercado audiovisual. La televisión híbrida	13
El formato televisivo	14
Historia del concurso como formato	18
Su paso por la radio	18
Su paso por televisión	19
Nuestro objeto de estudio: El Talent Show	20
4. Propuesta creativa	23
Ficha Técnica	23
Título del programa	23
Sinopsis	23
Género	24
Formato	24



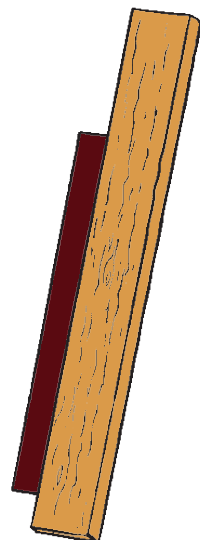
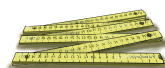
Target	24
Número de programas	25
Duración y frecuencia	25
Tipo de emisión	26
5. Estructura del programa	27
Realización	27
Manos a la Obra	27
El Veredicto	28
Planos Recursos	29
Montaje y Postproducción	29
Escaleta	30
6. El Programa - Mecánica	33
Sistema de desventajas	34
Premio	34
Secciones	34
Casting	35
Presentador	35
Concursantes	36
Jurado	37
Referentes	38
7. Propuesta estética	40
Identidad visual	40



Logo	40
Grafismos	41
Medios	42
Localización y escenografía	42
Sonido	43
Iluminación	44
8. Difusión, emisión y distribución	45
Emisión del programa	45
Cadena propuesta	46
Posicionamiento en la parrilla	47
Posicionamiento con la competencia	48
Estrategias de programación	50
9. Plan de marketing y comercial	51
Objetivos	51
Análisis DAFO	51
Documento de venta	52
10. Propuesta operativa	53
Presupuesto y financiación	53
Recursos humanos	53
Equipamiento	54
Financiación	55
Publicidad	56



Telepromoción	56
11. Conclusiones	57
Reflexiones sobre el formato	57
Valoración personal sobre la creación de un formato	57
12. Bibliografía	59



1. Introducción

Justificación

En la actualidad, dentro de las industrias culturales el consumo de audiovisuales está muy generalizado, y, si nos centramos en la televisión, los datos de audiencia revelan que el entretenimiento es uno de los géneros que mejores resultados obtiene en la franja del Prime Time, lo cual aumenta el interés por parte de las cadenas por incluir este tipo de programas en sus parrillas.

La finalidad de este proyecto es crear un nuevo formato que se ajuste a las características de un talent show, para su transmisión en la franja mencionada. Para ello, analizaremos el mercado actual para valorar la idoneidad del formato en el contexto televisivo actual.

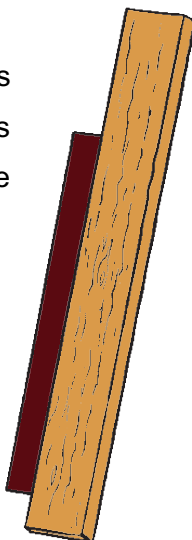
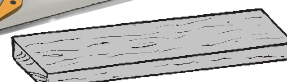
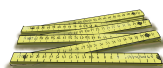
Definición del Proyecto

Para la creación de este formato realizaremos un análisis previo de los distintos modelos de la televisión, describiendo las características de los distintos modelos que existieron hasta la época actual, lo cual nos permitirá entender en qué contexto se creará nuestro formato.

Pondremos atención sobre la situación en España, analizando qué consumo realizan los espectadores de los diferentes géneros existentes, así como la importancia del género del entretenimiento, elegido para este proyecto.

Para comprender las características de nuestro programa y su importancia para la cadena, estudiaremos el concurso como formato, así como algunos de los más relevante que han existido y que aún se encuentran en emisión en las cadenas de televisión, y las razones por las que tienen tanta presencia en las parrillas de algunas cadenas. Para ello, realizaremos un trabajo de documentación y de búsqueda de referentes en la historia que nos remonte a sus orígenes en la radio y a su paso por la televisión.

Tras esta contextualización, nos centraremos en los talent shows, el formato en el que vamos a inspirarnos para crear nuestro programa. Analizaremos sus características, qué los diferencian de los concursos y qué tienen en común con ellos y mencionaremos algunos de los más importantes en España.



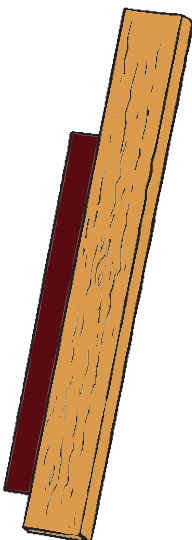
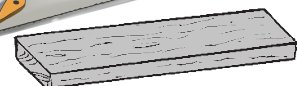
Una vez concluido dicho análisis, estableceremos las pautas para el desarrollo de nuestro proyecto, *Me Destornillo*, un talent show con tono cómico de bricolaje. Desarrollaremos la ficha técnica del programa y explicaremos los programas de referencia que nos han inspirado para la creación de este talent show. Además estableceremos su frecuencia, duración y la identidad visual de nuestro programa, mostrando el proceso de creación tras los logos o ráfagas de este.

Realizaremos entonces el análisis de la estructura de nuestro formato, explicando en qué consiste, sus distintas secciones y los roles de las personas participantes en el programa. Concluimos con la propuesta de realización para cada una de las secciones y una escaleta a modo de ejemplo del programa piloto.

Haremos, para el plan de marketing y comercial, el análisis de las parrillas de todas las cadenas donde pueda encajar nuestro producto, de forma que se ajuste al target que buscamos. Propondremos la franja con mayor potencial para nuestro formato en función del análisis realizado, que permitiría al programa obtener los mejores resultados para la cadena, así como las estrategias para que obtenga los mejores datos posibles frente a nuestros competidores, además de posibles estrategias para darlo a conocer aprovechando la propia sinergia de los programas de la cadena.

Plasmamos con nuestra propuesta operativa todos los datos financieros del proyecto, desde el presupuesto de su realización, el del equipo humano y técnico y de la financiación del programa, para lo cual será clave la publicidad.

Finalmente, extraeremos las conclusiones sobre el formato propuesto, su papel en la televisión de España en el momento actual y los posibles resultados que podría obtener.



2. Objetivos

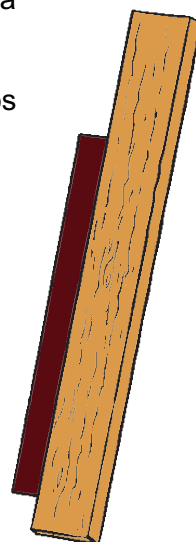
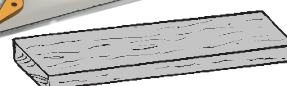
Objetivos Generales

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es crear un nuevo formato de televisión dentro del género del entretenimiento, siendo este un talent show, así como llevar a cabo la realización de este para finales de 2021 tras su venta a la cadena privada propuesta en España. Finalmente, con su emisión por televisión pretendemos conseguir que nuestro programa consiga los mejores datos de audiencia en la franja propuesta, de forma que podamos fidelizar nuestro público y establecernos como una atracción principal dentro del contenido ofrecido por la cadena.

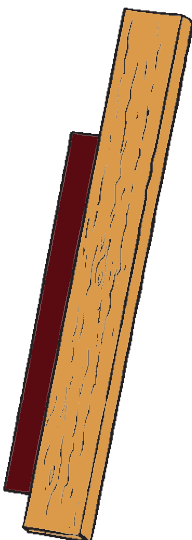
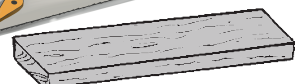
Objetivos Específicos

En cuanto a los objetivos específicos de este proyecto, es imprescindible para la fácil comprensión y lectura de este apartado que los desglosemos por categorías. Establecemos por tanto las siguientes categorías:

- En cuanto a la investigación realizada: Abarcamos dentro de esta categoría todos aquellos objetivos que tengan que ver con la investigación previa a la creación del formato. Tendríamos:
 - Analizar el papel de la televisión dentro de las industrias culturales, así como el impacto económico que tiene para la sociedad.
 - Destacar la importancia del género de entretenimiento en las parrillas de las cadenas de televisión en España.
 - Establecer las características del talent show como formato de entretenimiento
 - Justificar la elección del talent show para la creación de nuestro programa.
- En cuanto a la creación del formato: Dentro de esta categoría destacaremos todos aquellos objetivos relacionados con la creación de nuestro programa. Encontramos:
 - Analizar talent shows de éxito de los que hayamos extraído inspiración para la construcción de nuestro programa.
 - Desarrollar la propuesta de nuestro programa, así como la creación de los elementos visuales que lo representan.



- En cuanto a la realización del programa: Tenemos en cuenta dentro de este apartado todos aquellos objetivos relacionados con la estructura del programa y cómo ha de ser realizado. Encontramos:
 - Definir las secciones del programa y los roles de los concursantes, jurado y presentador.
 - Establecer el reparto propuesto para el formato de acuerdo con sus características.
 - Desglosar cómo se llevará a cabo la grabación del programa, explicando a través de herramientas como las plantas de decorado y la escaleta cómo ha de ser realizado.
- En cuanto al plan de marketing y comercial: Resaltamos dentro de este apartado los objetivos a cumplir para la venta del programa y su colocación en la cadena objetivo. Tenemos:
 - Realizar el análisis de las parrillas de las cadenas consideradas para nuestro programa, siendo nuestro mercado diana España.
 - Proponer una franja que proporcione unos buenos resultados de audiencia para nuestro programa.
 - Desarrollar las estrategias de promoción escogidas para dar a conocer el programa y atraer a nuevos espectadores.
 - Crear un documento de venta de nuestro formato.
- En cuanto a la propuesta operativa: Dentro de esta categoría encontramos los objetivos establecidos para la propuesta financiera del proyecto. Encontramos:
 - Establecer las estrategias propuestas para la financiación del proyecto.



3. Marco teórico

Las industrias culturales y la televisión

En primer lugar, debemos contextualizar la televisión dentro de las industrias culturales, así como el impacto que tienen como tal para la sociedad hoy día.

Según la UNESCO (2005), las industrias culturales son *“actividades que producen y distribuyen bienes o servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener.*

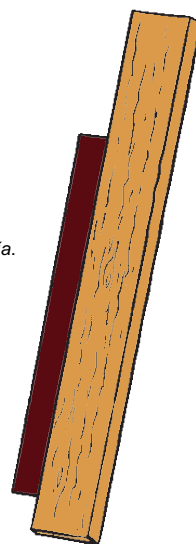
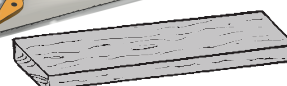
Además de los tradicionales sectores artísticos (artes escénicas y visuales, o patrimonio cultural, incluido el sector público), también abarcan el cine, el sector del DVD y el vídeo, la televisión y la radio, los juegos de vídeo, los nuevos medios de comunicación, la música, los libros y la prensa” (UNESCO 2005, citado por Bonilla Arjona, J., Cabrerizo Sanz, C., Maroto Illera, R., p. 22, 2012)¹.

Según la Comisión Europea (2010), las industrias culturales *“se dedican a la producción y distribución de bienes y servicios que, en el momento en el que son desarrollados, se considera que tienen un atributo, uso o propósito específico que contiene o transmite una expresión cultural, independientemente del valor comercial que pueda tener.*

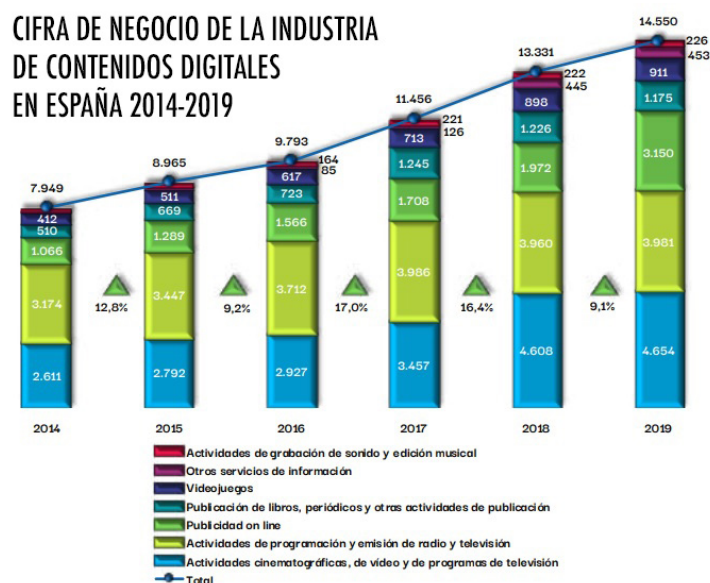
Se incluyen los productos y servicios culturales tradicionales: películas, libros, televisión, radio, música, prensa o videojuegos” (Comisión Europea, p. 7, 2010)².

¹ Bonilla Arjona, J., Cabrerizo Sanz, C., Maroto Illera, R. (2012), p. 22. *Las industrias culturales y creativas: Un sector clave de la nueva economía*. Fundación IDEAS, Madrid. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/572588.pdf>

² Comisión Europea (27 de abril de 2010), p 7. *Libro Verde. Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:ES:PDF>



Si nos centramos en la televisión como industria cultural, podemos observar su importancia económica, como podemos observar en la gráfica a continuación.



Además, nos encontramos con que el consumo de televisión por parte de los espectadores ha aumentado durante la pandemia del COVID-19, tal y como refleja el diario económico *Expansión* en su versión digital, en la que podemos observar en la siguiente infografía realizada a partir de datos tomados de Barlovento Comunicación, el aumento de consumo a raíz de la imposición del estado de alarma, mostrando así los efectos del confinamiento en los comportamientos de los espectadores.



FUENTE: Diario Expansión basado en datos de Barlovento Comunicación⁴.

³ https://www.onsi.red.es/sites/onsi/files/2021-02/InformeAnualSectorContenidosDigitalesEspa%C3%B1a2020_2.pdf

⁴ <https://www.expansion.com/sociedad/2020/04/06/5e8b6fcce5fdea790e8b462a.html>

Modelos de televisión

Para poder valorar esta información del presente, debemos realizar un análisis sobre cómo la televisión ha llegado hasta aquí. Por ello estudiaremos distintas etapas televisivas, para observar la evolución de los distintos géneros y formatos a lo largo de las distintas épocas hasta la actualidad.

Comenzamos con la **Paleotelevisión**, que se da desde los inicios de la televisión hasta 1980.

Entre sus características encontramos:

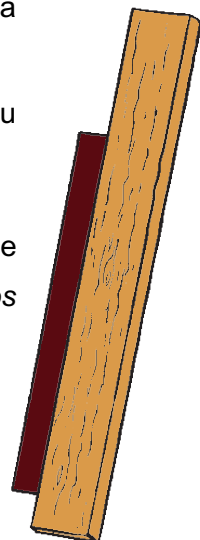
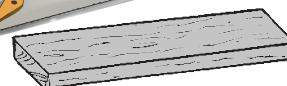
- La televisión como un mecanismo del estado con fin educativo. Abunda el género informativo y poca presencia del entretenimiento.
- La separación entre programas se realizaba a través de cartas de ajuste.
- Espectador pasivo, que no interviene dentro de los contenidos de la televisión.

La **Neotelevisión** nace con la diversificación de los contenidos, surgiendo nuevos canales, cadenas privadas y comenzando a cobrar mayor relevancia las figuras de la publicidad y las mediciones de audiencias, impulsadas por la competencia entre cadenas.

Se caracteriza por:

- Publicidad como sistema de financiación, maximizar las audiencias cobra mucha importancia. Se empiezan a desarrollar estrategias para fidelizar al público, y de esta forma, maximizar los beneficios.
- Comienzan a realizarse estudios del público objetivo, de la audiencia, impacto sobre esta y estudios de marketing.
- Toma relevancia la figura del programador, pues se intenta que los contenidos vayan dirigidos a un público y franja concretos.
- La ficción televisiva comienza a tomar relevancia en esta época.
- Se usa la publicidad dentro de los propios programas, y se interrumpen estos para hacer pausas publicitarias, contrastando así con el uso dado durante la Paleotelevisión.
- El espectador participativo, que forma parte del propio contenido. Destaca su utilización en el género del entretenimiento, específicamente en los concursos.

Con el final de los años 90, surgen autores que empiezan a cuestionar el concepto de Neotelevisión. Según Semprini *“la puesta en escena de lo privado y de la intimidad de los*



individuos, la aparición de los talk shows de tipo sociopolítico y las diferentes formas de intrusión del medio televisivo difícilmente entran en tal definición. Ellas modifican sustancialmente el rol del medio y la relación enunciativa entre público y emisores. Desde un punto de vista más general, es un paradigma unificado que resulta cada vez más difícil de aplicar al medio televisivo” (Semprini, 1994, p. 43, citado por Scolari, C. p.3, 2008)⁵.

De esta forma, nos encontramos con que los cambios que se producen a finales de los 90 en el modelo de televisión son los que darán paso a la **Hipertelevisión**.

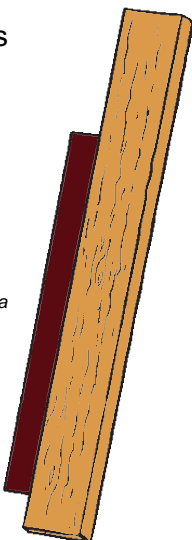
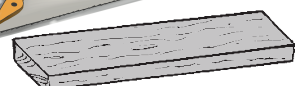
Sus características más destacadas son:

- La televisión temática cobra mayor importancia. Las cadenas generalistas se dividen en grupos con canales temáticos para satisfacer las necesidades de públicos concretos. Encontramos con el Grupo Atresmedia los canales de Antena 3, Neox y Nova, o con el grupo Mediaset los canales Telecinco, FDF y Boing, entre otros.
- Los avances tecnológicos permiten que las cadenas oferten servicios a la carta gracias a internet.
- Las nuevas herramientas y ventanas de difusión como YouTube permiten a cualquier persona crear contenidos audiovisuales.
- Busca la interacción del espectador mediante las distintas herramientas posibles (SMS, votos a través de llamadas telefónicas, etc.). El espectador no solo busca participar, sino interactuar de forma directa en los contenidos.
- Los límites de los géneros y formatos se desdibujan, dando lugar a híbridos como los reality shows.
- Se originan las narrativas transmedia.

El mercado audiovisual. La televisión híbrida

Con los avances de la tecnología, la forma de consumir contenido en la televisión cambia. Las cadenas ofrecen igualmente su contenido programado en sus parrillas de la forma habitual, pero las herramientas ofrecidas en las televisiones actuales permiten al espectador consumir contenido a la carta, ya sea en las aplicaciones de las plataformas de pago incluidas en el propio aparato.

⁵ Scolari, C. (2008). Hacia la Hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la comunicación*, 77, p. 3. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2694422>



Las cadenas identifican así una oportunidad de realizar diferentes tipos de contenidos adicionales que complementen los ya existentes en las parrillas, como entrevistas, encuestas, reportajes, etc. Por ejemplo, en un talent show, pueden hacer llegar al público el progreso de los concursantes a lo largo de la semana, o ver cómo practican. Se crea contenido cuya finalidad es promocionar los programas ya existentes en la parrilla, de forma que se incentiva al espectador a consumir continuamente la oferta de la cadena.

El perfil del espectador cambia, ya que la interacción cobra más importancia que nunca, como nos dejan ver las palabras de Álvarez Monzoncillo: *“Ya no son usuarios pasivos, dependientes de la programación gestionada por las cadenas, sino usuarios que interactúan y controlan los contenidos. Convierten la televisión de masas en una televisión personalizada. Manipulan, descargan, opinan, transforman, recomiendan, producen”* (Álvarez Monzoncillo, 2011, citado por Santos Martínez, C. J., 2013)⁶.

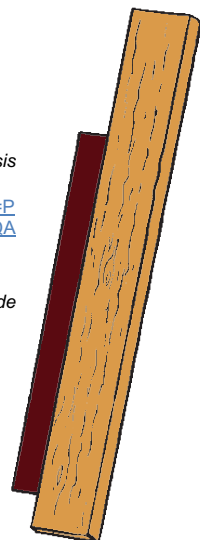
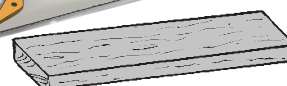
Las cadenas de televisión hacen uso de esta necesidad por parte del espectador por colaborar en la producción del contenido, y se desarrollan herramientas que permitan su interacción con el programa, como votar para salvar a concursantes, participar en discusiones a través de las redes sociales con otros espectadores, encuestas, etc. que acercan más a los espectadores a los contenidos, haciéndoles sentir más inmersos, y, por lo tanto, fidelizándolos con el producto.

El formato televisivo

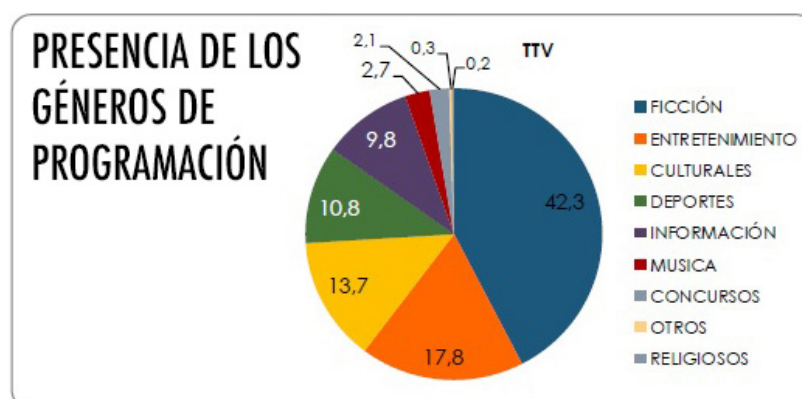
Para comenzar este apartado, es necesario establecer algunas definiciones básicas que permitan el perfecto entendimiento de este trabajo. Encontramos en primer lugar el género televisivo, el cual se define como: *“cada uno de los grandes grupos en que pueden clasificarse los programas en razón de su contenido temático o del público al que están dirigidos”* (Barroso, 1996, p. 189, citado por Melgarejo Moreno, I., Rodríguez Rosell, M. del M., p. 48, 2012)⁷. De esta forma, podemos encontrar tres principales géneros: el informativo, la ficción y el entretenimiento.

⁶ Santos Martínez, C. J. (2013). La televisión reinventada en la era digital: Nueva audiencia. En Caldevilla Domínguez, D. (coord.), *Análisis audiovisual y publicitario actuales*. ACCL. Recuperado de: https://books.google.es/books?id=cuHOBAAQBAJ&pg=PT85&lpg=PT85&dq=alvarez+monzoncillo+controlan+los+contenidos&source=bl&ots=PzmnUkSajs&sig=ACfU3U1ZvGs_LCohZViWASUsYqGfF2ZPiA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiclGusfrxAhVwx4UKHfUAB3gQ6AEwCHoECAwQA#wv=onepage&q=alvarez%20monzoncillo%20controlan%20los%20contenidos&f=false

⁷ Melgarejo Moreno, I., Rodríguez Rosell, M. del M. (2012). Géneros y formatos en los canales infantiles politemáticos de televisión. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 120, 44-64. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752948003.pdf>



Según el análisis de la industria televisiva-audiovisual de 2020 de Barlovento Comunicación, la ficción es el género más consumido, seguido por el entretenimiento.



FUENTE: Barlovento Comunicación, Análisis de la industria televisiva audiovisual (pág. 86 de 96)⁸.

No obstante, esta clasificación resulta insuficiente para categorizar todos los contenidos audiovisuales existentes en televisión, pues se reúnen dentro de estas categorías a programas con características muy dispares, surgiendo pues la necesidad de subcategorías dentro de los géneros propuestos. Así llegamos a la definición de formatos como *“todas aquellas variaciones formales -del género-, producto de la mixtura, la transposición, la multicodificación, etc., propios del medio y de la actitud contemporánea”* (Barroso, 1996, p. 194, citado por Melgarejo Moreno, I., Rodríguez Rosell, M. del M., p. 49, 2012)⁹.

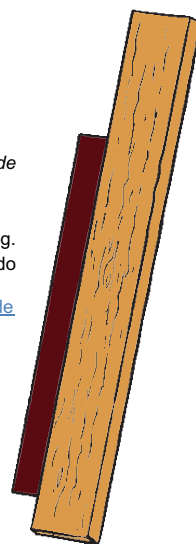
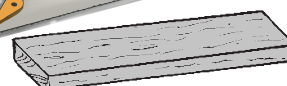
Por otra parte, Diego Guebel, de la productora argentina Cuatro Cabezas Producciones, se acerca más a la definición que tenemos hoy en día de formato: *“Un formato es un concepto o idea de un programa que tiene una combinación única de elementos (escenografía, reglas, dinámica, temática, conductores...) que lo hace único y lo diferencia claramente de los demás. También debe poder adaptarse y aplicarse a distintos territorios y culturas sin perder su presencia y fin”* (Saló, 2003, p. 15-16, citado por Dafonte Gómez, A., p. 306 2013)¹⁰.

Gracias a esta definición, podemos encontrar distintas categorías dentro de cada género televisivo, como, docudramas y telediarios dentro del género informativo o concursos y talent shows dentro del género del entretenimiento.

⁸ <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-anuales/analisis-televisivo-2020/>

⁹ Melgarejo Moreno, I., Rodríguez Rosell, M. del M. (2012). Géneros y formatos en los canales infantiles politemáticos de televisión. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 120, 44-64. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752948003.pdf>

¹⁰ Dafonte Gómez, A. (2013). Los contenidos televisivos como marcas. Una revisión del concepto de formato desde el punto de vista del branding. Segado, F. y Barquero, M. (Ed.), *Persuasión Audiovisual. Formas, soportes y nuevas estrategias*. Madrid: Furtwangen / McGraw-Hill. Recuperado de: https://www.academia.edu/4134017/Los_contenidos_televisivos_como_marcas_revisi%C3%B3n_del_concepto_de_formato_desde_el_punto_de_vista_del_branding



Si echamos un vistazo a las emisiones más vistas de los meses de abril y mayo de 2021, nos encontramos con una fuerte presencia de programas de entretenimiento, como el concurso *Pasapalabra*¹¹ o el talk show *El Hormiguero 3.0*¹² de Antena 3, o el reality show *Supervivientes*¹³ en la cadena Telecinco. Encontramos también que en el género informativo destacan las noticias de la noche de Antena 3, las cuales se sitúan varios días dentro de las emisiones más vistas del mes en la gráfica.

Centrándonos en los resultados de Antena 3 y la composición de su parrilla, observamos que la franja del Prime Time (cuyo comienzo da lugar a las 21:00 de la noche) obtiene muy buenos resultados, con *Antena 3 Noticias 2*¹⁴ o *El Hormiguero 3.0*. Además, podemos ver como *Pasapalabra* también es una de las emisiones más vistas en ambos meses, siendo este un programa situado en la parrilla dentro de la franja de acceso al prime time, más concretamente el último de esta. Por tanto, su éxito permite arrastrar a un elevado número de espectadores a la siguiente franja, y, consecuentemente, el éxito de estos programas también.



FUENTE: Barlovento Comunicación, Análisis mensual del comportamiento de la audiencia TV (abril¹⁵ y mayo¹⁶ de 2021; pág 11 de 16).

Si revisamos los análisis de audiencias de los meses de enero y noviembre de 2020 realizados por Barlovento Comunicación, encontramos los buenos resultados obtenidos por talent shows como *Tu Cara me Suena*¹⁷ con el estreno de su octava temporada en enero o

¹¹ Ficha IMDB del programa: Pasapalabra. Recuperado de: https://www.imdb.com/title/tt0381791/?ref=tt_ov_inf

¹² Ficha IMDB del programa: El Hormiguero 3.0. Recuperado de: https://www.imdb.com/title/tt0870872/?ref=rv_sr_srsq_0

¹³ Ficha IMDB del programa: Supervivientes. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0815739/>

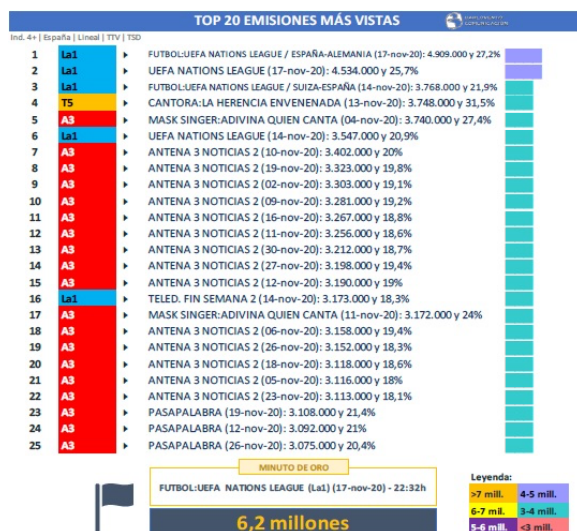
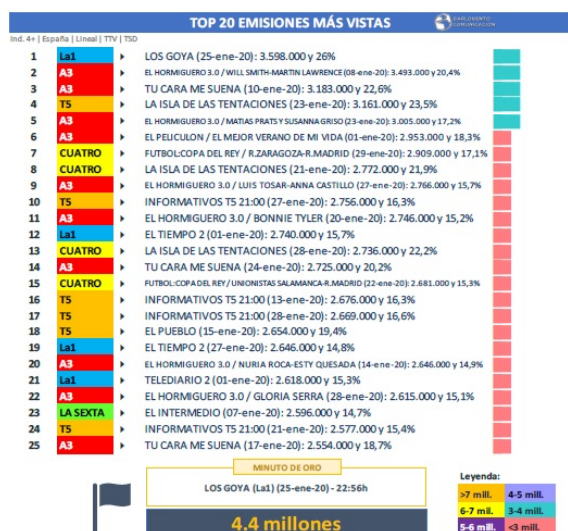
¹⁴ Ficha IMDB del programa: Antena 3 Noticias 2. Recuperado de: https://www.imdb.com/title/tt0374364/?ref=rv_sr_srsq_0

¹⁵ <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-abril-2021/>

¹⁶ <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-mayo-2021/>

¹⁷ Ficha IMDB del programa: Tu Cara me Suena. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt2078446/>

*Mask Singer*¹⁸ en su estreno en la cadena en noviembre, consiguiendo ambos programas ser de los más vistos en sus respectivos meses. Esto nos lleva a la conclusión de que es un formato con gran importancia para la cadena en la franja del prime time de sus respectivos días, siendo *Mask Singer* emitido los miércoles y *Tu Cara me Suena* los viernes.



FUENTE: Barlovento Comunicación, Análisis mensual del comportamiento de la audiencia TV (enero¹⁹ y noviembre²⁰ de 2020; pág. 11 de 16).

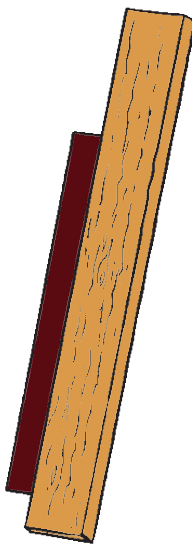
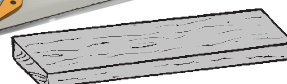
En contraste, observamos que Telecinco se cuela en estas listas con realities como *Supervivientes* o *La Isla de las Tentaciones*²¹, lo cual nos lleva a la siguiente reflexión: determinados formatos son más atractivos para el target concreto de una cadena, y, por tanto, estas cadenas intentarán explotar dichos programas al máximo realizando varias versiones de los mismos para dominar una misma franja respecto a sus competidores. Así, podemos ver que Telecinco se especializa en el formato del reality show, y que Antena 3 por su parte se especializa en los talent shows.

¹⁸ Ficha IMDB del programa: Mask Singer. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt11692780/>

¹⁹ <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencia-tv-enero-2020/>

²⁰ <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-noviembre-2020/>

²¹ Ficha IMDB del programa: La Isla de las Tentaciones. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt10999152/>



Historia del concurso como formato

Debido a que nuestro formato será un Talent Show, conviene que investiguemos sobre los orígenes de este en la historia de la televisión. Para ello, realizaremos a continuación una contextualización del formato del Concurso, remontándonos a su origen en la radio y su paso a la televisión.

Su paso por la radio

Para comenzar, localizamos algunos de los primeros concursos en la España de la II República, como *El Micrófono Para Todos*, aunque es la época tras la Guerra Civil en la que el concurso cobra mayor importancia. Según Antonio Checa Godoy: “Entre finales de los años cuarenta y los inicios de los sesenta (1948-1961), el concurso lo es todo en la radio [...] Los concursos se multiplican, los tienen a escala local o regional las emisoras [...] dedicados a detectar nuevas voces de la canción, vocaciones de artista, de preguntas más difíciles en cada espacio, que reproducen viejos juegos infantiles y los que exigen sucesivos esfuerzos a los aspirantes al premio” (Checa Godoy, p. 2, 2010)²².

Así, podemos encontrar en esta época concursos musicales, desde aquellos que buscan que el oyente identifique una melodía para obtener un premio., como *La Melodía Misteriosa*²³ (1956), los programas de preguntas, como *Medio Millón*²⁴ (1956), o aquellos que buscan descubrir futuras promesas de la música, como *Hacia la Fama*²⁵ (1958).

La influencia de la radio fue clave para adaptar estos formatos a la televisión, como menciona Julio Moreno Díaz: “Si, generalmente, para la puesta en marcha de la producción televisiva el medio radiofónico fue fundamental en la adaptación de fórmulas y estándares organizativos, para el concurso también fue un pilar esencial. La adaptación de la mecánica de juegos de éxito, especialmente de preguntas y respuestas, hizo que la televisión heredara el público de la radio a medida que se asentaban las bases de un lenguaje audiovisual por desarrollar” (Moreno Díaz, p. 31-32, 2004)²⁶.

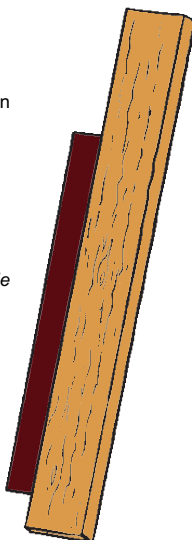
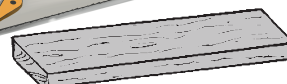
²² Checa Godoy, A. (2010). Los concursos en la radio española. La época dorada. En Actas del II Congreso Internacional AE-IC: Comunicación y desarrollo en la era digital Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/60241>

²³ <https://www.rtve.es/play/audios/la-radio-de-los-mil-tiempos/radio-mil-tiempos-bobby-deglane/1793233/>

²⁴ https://elpais.com/diario/2007/12/21/necrologicas/1198191601_850215.html

²⁵ https://es.wikipedia.org/wiki/Hacia_la_fama

²⁶ Moreno Díaz, J. (2014). Los concursos en España: percepción histórica y evolución del género (1956-1975). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20, N.º Especial, 27-42. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/esmp/article/download/45089/42458>



La llegada de la televisión a los distintos hogares de España llevó a que estos programas de radio buscasen nuevas vías por explotar, encontrando en la televisión un medio perfecto para su nuevo desarrollo. Los anunciantes eran conscientes de que la televisión era capaz de dar una nueva dimensión a estos concursos, ofreciendo caras reconocibles para los concursantes, mayor espectáculo con las actuaciones musicales, creando intriga a través de recursos visuales o decorados de una forma que la radio no podía, dando lugar a continuas evoluciones de estos formatos en televisión

Su paso por televisión

Encontramos nuestro primer concurso con *El Enigma* (1958), siendo este un concurso de preguntas, aunque su paso por televisión fue más bien desapercibido. *Telemímica*²⁷ (1958) repitió la fórmula de concurso de preguntas, pero se inclina más por su componente audiovisual, ya que estas tenían que ser contestadas a través del uso de la mímica. *El Juego de la Oca*²⁸ (1966-1967), aunque basó su funcionamiento en el popular juego de mesa, hacía uso de juegos y pruebas cuyo carácter audiovisual permitía desligar más los concursos de sus antecesores en la radio.

En *Un Millón Para el Mejor*²⁹ (1968-1969), se hace uso de un succulento premio para atraer a los espectadores. Para finalizar, encontramos como la clave dentro del éxito de los concursos la existencia de *Un, Dos, Tres... Responda Otra Vez*³⁰ (1972-2004), que combinaba preguntas, habilidad y azar con actuaciones de baile y de humoristas y se volvió un referente para este tipo de programas, así como uno de los buques insignia de TVE.

Algunos de los concursos más conocidos por su paso por televisión en España han sido *Cifras y Letras*³¹ (1991-2012), *Grand Prix*³² (1995-2009), *Saber y Ganar*³³ (1997-En Emisión), *Furor*³⁴ (1998-2006), *¿Quién Quiere Ser Millonario?*³⁵ (1999-En Emisión), *Pasapalabra* (2000-En Emisión), *La Ruleta de la Suerte*³⁶ (2006, programa titulado en 1990 *La Ruleta de la Fortuna*

²⁷ Ficha IMDB del programa: Telemímica. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0959083/>

²⁸ Ficha IMDB del programa: El Juego de la Oca. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0059340/>

²⁹ Ficha IMDB del programa: Un Millón Para el Mejor. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0452914/>

³⁰ Ficha IMDB del programa: Un, Dos, Tres... Responda Otra Vez. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0300872/>

³¹ Ficha IMDB del programa: Cifras y Letras. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0375280/>

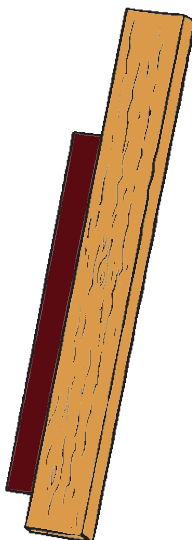
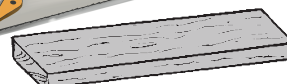
³² Ficha IMDB del programa: Grand Prix. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0375336/>

³³ Ficha IMDB del programa: Saber y Ganar. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0375435/>

³⁴ Ficha IMDB del programa: Furor. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0372675/>

³⁵ Ficha IMDB del programa: ¿Quién Quiere Ser Millonario?. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0477551/>

³⁶ Ficha IMDB del programa: La Ruleta de la Suerte. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0810017/>



En Emisión), *Password*³⁷ (2008-2010), *¡Ahora Caigo!*³⁸ (2011-2021) o *¡Boom!*³⁹ (2014-En Emisión), siendo algunos de estos formatos importados desde otros países, como Estados Unidos o Israel, donde sus versiones cosechaban grandes éxitos.

Nuestro objeto de estudio: El Talent Show

Una vez hemos establecido algunos de los concursos más importantes en la historia de la televisión, es imprescindible recordar como durante el periodo de la Hipertelevisión los límites que definían a los formatos se fueron desdibujando, tal y como mencionamos con anterioridad. De esta forma, surgieron programas que, a pesar de ser concursos, presentaban unas características que los hacían únicos y que permitían agrupar a programas similares dentro de una misma categoría. Así, encontramos que surgen tanto los Reality Shows como los Talent Shows, siendo ambos determinantes en las parrillas de las cadenas de nuestro país.

El Talent Show⁴⁰ se caracteriza por ser una forma del concurso en la que los participantes compiten entre ellos por un premio, haciendo uso de sus habilidades o talentos. En las versiones más modernas de estos programas, encontramos que la presencia de un jurado⁴¹ que valore a los participantes se vuelve casi vital para el formato. Si relacionamos esta definición con el origen del concurso como formato en la radio del punto anterior, encontramos que uno de los múltiples concursos de la radio desde finales de los 40 hasta los inicios de los 60 fueron aquellos en busca de nuevos talentos musicales. Se descubren los talentos de futuros artistas como Camarón o Rocío Dúrcal.

Con la llegada de la televisión, las cadenas buscan recrear estos formatos de tanto éxito en este medio, haciendo uso de la espectacularidad que se puede ofrecer con las cámaras y de permitir a los espectadores identificar con un rostro a todos estos nuevos artistas antes de que comiencen sus carreras. *Hacia la Fama*⁴² (1957-1959) o *Caras Nuevas*⁴³ (1957-1958) fueron algunos de los primeros concursos de talentos que pudimos ver en las televisiones de España.

³⁷ Ficha IMDB del programa: Password. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt1409391/>

³⁸ Ficha IMDB del programa: ¡Ahora Caigo!. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt2446208/>

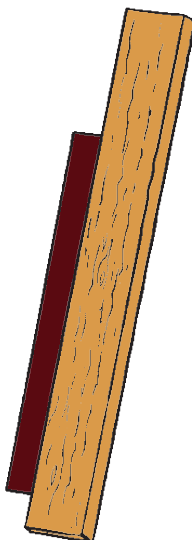
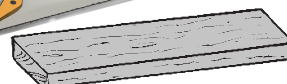
³⁹ Ficha IMDB del programa: ¡Boom!. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt10554146/>

⁴⁰ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/talent-show>

⁴¹ <http://diccionario.sensagent.com/Talent%20show/es-es/>

⁴² https://es.wikipedia.org/wiki/Hacia_la_fama

⁴³ https://es.wikipedia.org/wiki/Caras_nuevas



Entre los talent shows de más éxito en las cadenas de televisión de España encontramos: *Operación Triunfo*⁴⁴ (2001-2020), *¡Mira Quién Baila!*⁴⁵ (2005-2014), *Factor X*⁴⁶ (2007-2018), *Fama, ¡a Bailar!*⁴⁷ (2008-En Emisión), *Tú Sí Que Vales*⁴⁸ (2008-2017), *Tu Cara Me Suena* (2011-En Emisión), *La Voz*⁴⁹ (2012-En Emisión), *MasterChef*⁵⁰ (2013-En Emisión), *Got Talent*⁵¹ (2016) o *Mask Singer* (2020). A diferencia de los concursos, los talent shows son situados en la parrilla a modo de puente entre las últimas horas de la franja del prime time y las primeras horas de la franja del late night, consiguiendo traspasar los espectadores de una franja a la otra y obteniendo grandes resultados.

Centrémonos, por ejemplo, en el caso de la cuarta y quinta temporada de *Tu Cara Me Suena*, de la cual dice Pedro Bonachera Ruíz (2017): “*Tanto ha confiado en el formato la cadena que decidió estrenar la cuarta temporada un viernes contra un programa tan asentado como era Sálvame Deluxe*⁵². La jugada le salió tan bien que decidieron hacer lo mismo con la quinta temporada del formato, lo cual llevó a *Sálvame Deluxe* a quedarse con unos pobres datos de audiencia. Un formato tan potente y asentado en la noche de los viernes como *Sálvame Deluxe* ha pasado a una noche menos competitiva como es la de los sábados” (Bonachera Ruíz, p.49, 2017)⁵³.

Y no es el único éxito, ya que los talent shows suelen obtener buenos resultados de audiencia en la franja del Prime Time. Encontramos por ejemplo que la edición de *Operación Triunfo* de 2017, que supuso la vuelta del formato a La 1⁵⁴ desde 2011, consiguió ser líder de audiencia hasta en 6 de sus 14 galas, obteniendo la Gala Final un récord para el programa con un 30,8%, superando así el máximo obtenido en 2008⁵⁵. Por otro lado, la octava edición de *Tu Cara Me Suena* consiguió dominar el Prime Time con su Gala Final, obteniendo una cuota de pantalla del 24.6%⁵⁶.

⁴⁴ Ficha IMDB del programa: Operación Triunfo. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0306368/>

⁴⁵ Ficha IMDB del programa: ¡Mira Quién Baila!. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0465365/>

⁴⁶ Ficha IMDB del programa: Factor XI. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt1034822/>

⁴⁷ Ficha IMDB del programa: Fama, ¡a Bailar! Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt1168672/>

⁴⁸ Ficha IMDB del programa: Tú Sí Que Vales. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt1189294/>

⁴⁹ Ficha IMDB del programa: La Voz. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt2404696/>

⁵⁰ Ficha IMDB del programa: MasterChef. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt2835906/>

⁵¹ Ficha IMDB del programa: Got Talent. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt5651816/>

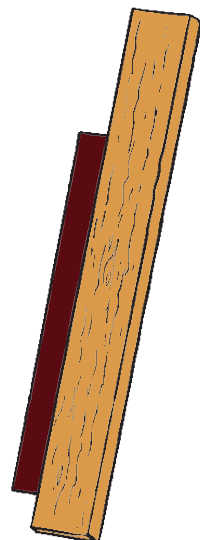
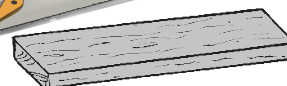
⁵² Ficha IMDB del programa: Sálvame Deluxe. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt3626802/>

⁵³ Bonachera Ruiz, P. (2017). *Análisis de formatos televisivos*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/63259>

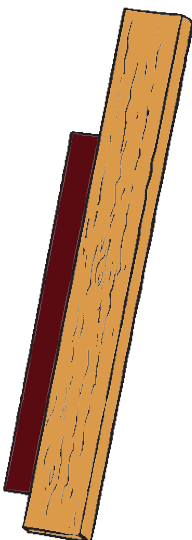
⁵⁴ https://es.wikipedia.org/wiki/La_1

⁵⁵ <https://www.formulatv.com/noticias/76569/audiencias-5-febrero-ot-2017-brilla-final-corona-amaia-ganadora-increible/>

⁵⁶ https://www.elespanol.com/bluper/audiencias/20210109/audiencias-final-tcms-arrasa-millones/549945730_0.html



Identificamos así la importancia de estas galas finales de este tipo de programas, pues la incertidumbre de los espectadores ante quién será el posible ganador después de semanas de actuaciones y concursantes eliminados, consigue que estos talent shows obtengan grandes cifras de audiencias y sobrepasen sin problemas a sus competidores, algo que hace de ellos un formato de gran importancia para las cadenas.



4. Propuesta creativa

Ficha Técnica

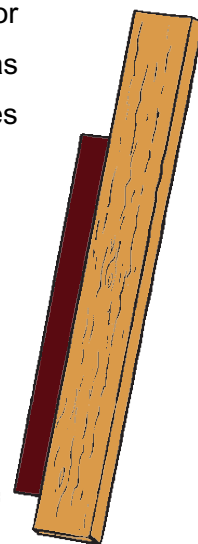
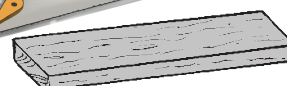
Título	¡Me Destornillo!
País	España
Año	2021
Duración	85 minutos
Número de capítulos	13
Género	Entretenimiento
Formato	Talent Show
Emisión	23:00 a 01:00
Frecuencia de emisión	Martes (Semanal)
Clasificación por edad	12 (No recomendado para menores de 12 años)

Título del programa

El título escogido para nuestro talent show será *¡Me Destornillo!*, un juego de palabras entre las construcciones verbales “desternillarse de risa” y “destornillarse los tornillos de algo”. De esta forma hacemos referencia a lo que ocurrirá en el programa: los muebles contruidos por los concursantes tenderán a desarmarse ante las carcajadas de los espectadores y de los propios jueces del programa.

Sinopsis

En *¡Me Destornillo!* damos un giro a la carrera de algunos de los mejores cómicos de España para acercarlos al mundo del... ¿bricolaje? En este talent show, daremos la oportunidad a algunos de nuestros cómicos favoritos de competir por ver quién es capaz de montar el mejor mueble en una carrera a contrarreloj. ¿Seguirán riendo cuando les falten determinadas piezas? ¿Serán capaces de construir algo cuando sean castigados por sus compañeros y les obliguen a usar manoplas de cocina o herramientas de juguete?



Si hay algo seguro es que nuestros espectadores se lo pasarán genial mientras observan cómo nuestros concursantes se las ingenian para que el mueble que les tocó montar sea lo más parecido al propuesto... aunque a veces les sea suficiente con que se mantenga en pie.

Género

¡Me Destornillo! es un programa de entretenimiento cuyos participantes tratarán de sacar las mayores carcajadas de nuestros espectadores mediante sus disparatadas construcciones.

Formato

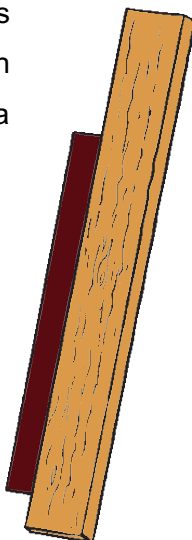
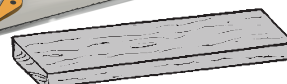
El programa es un talent show en el que los participantes tratarán de recrear la construcción de un mueble con una escasa cantidad de recursos, trabas y un tiempo limitado, para poder obtener la mayor puntuación de un jurado experto en la materia.

Target

Tras consultar los informes de EGM correspondientes a la 2a ola de 2021⁵⁷ sobre las audiencias de la televisión, encontramos que este medio tiene una penetración de un 83,8% en las mujeres y de un 81,8% en los hombres. En cuanto a la penetración por edad, encontramos en las franjas de edad que van desde los 55 años en adelante porcentajes de penetración por encima del 85%, mientras que, en los más jóvenes, de 34 años o menos, la penetración es inferior al 75%, siendo los valores que acabamos de decir invertidos en la penetración por edad en internet, donde la penetración en los más jóvenes supera el 95%, contrastando así con el 65% para la franja de 65 a 74 años y con el 34,2% de la franja de 75 o más años. Es interesante tener en cuenta la penetración por edad en internet debido a que debemos considerarlo como una ventana más donde podemos conseguir un tipo de público más joven, y, por lo tanto, un mayor número de espectadores.

El target de nuestro programa sería un público general, especialmente dedicado para la franja de los 25 a 55 años, atraídos por el perfil de los concursantes y con un nivel socioeconómico medio. El tono humorístico y alocado ofrecido por el programa, así como las interacciones ofrecidas en forma de mensajes a través de las redes sociales, mostrados en el programa en forma de rótulos en la parte inferior de la pantalla podría atraer también a los más jóvenes a *¡Me Destornillo!*

⁵⁷ <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/television>



Buscamos replicar de esta forma el éxito de estrategias como la del programa *Tu Cara me Suena*, de Antena 3, que consiguió desplazar a un programa tan potente como *Sálvame Deluxe*, de Telecinco, fuera de su franja la noche de los viernes. De esta forma, Telecinco se vio obligada a reprogramar el formato a la noche del sábado e incluso a cambiar su nombre por *Sábado Deluxe* para adaptarlo al nuevo horario, ya que el programa de Antena 3 le superó en audiencia⁵⁸, aun siendo el programa de Telecinco un formato fidelizado y con varios años en emisión.

Para asegurarnos de que llegamos al mayor número de espectadores posibles, optamos por establecer la calificación a nuestro programa de “No recomendado para menores de 12 años”, ya que la franja escogida para el programa permitiría hacer tipos de bromas que estarían permitidas para aquellas personas por encima de esta edad.

Número de programas

La primera temporada de nuestro talent show estaría compuesta de 13 capítulos, siendo el cuarto, octavo y duodécimo capítulos especiales en los que solo participaría uno de los 3 concursantes, ayudado por un invitado especial, dándoles así la oportunidad a cada uno de los 3 participantes de conseguir puntos extra sin competir contra el resto, a la vez que este invitado puede hablar de la obra, película, etc. que esté realizando en ese momento.

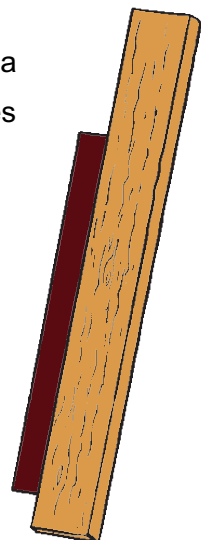
Duración y frecuencia

¡Me Destornillo! será un programa de frecuencia semanal con una duración estimada de entre 84 y 88 minutos, dividido en 3 grandes bloques:

- 1er Bloque: Presentación del programa, explicación de la prueba de esa edición e inicio de la prueba, con una duración aproximada de unos 30 minutos.
- 2º Bloque: Desenlace de la prueba, demostración del jurado de la correcta realización de esta y valoraciones del jurado de los dos primeros concursantes, con una duración aproximada de 35 minutos.
- 3er Bloque: Valoración por parte del jurado del último concursante, seguida de la clasificación general y despedida del programa con los créditos y los mejores momentos del programa de ese día, con una duración aproximada de 17 minutos.

⁵⁸

<https://www.exclusivadigital.com/television/tu-cara-me-suena-cierra-la-quinta-temporada-con-una-audiencia-estratosferica/>



Para la división de estos bloques, haremos uso de diversas comunicaciones comerciales, siempre respetando las disposiciones impuestas en el Real Decreto 1642/2011, de 14 de noviembre, en el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva⁵⁹. De esta forma:

- Para separar los Bloques 1 y 2, haremos uso de una telepromoción en el mismo plató del programa de 0,5 minutos⁶⁰ de duración, seguida de un bloque de publicidad de 12 minutos⁶¹ y autopromoción de otros programas de la cadena de hasta 2 minutos⁶² antes del regreso al programa, respetando así el tiempo máximo por hora de reloj permitido por la ley para cada uno de estos tipos de comunicación comercial.
- Para separar los Bloques 2 y 3, recurrimos nuevamente de otra telepromoción en el plató de 0,5 minuto, seguida de un bloque de publicidad de 12 minutos y autopromoción de otros programas de la cadena de hasta 2 minutos antes del regreso a la conclusión del programa, respetando así el tiempo máximo por hora de reloj permitido por la ley para cada uno de estos tipos de comunicación comercial.

Tipo de emisión

Debido a la naturaleza del programa, en la que nuestros concursantes deben realizar el montaje de mobiliario en un tiempo limitado, es necesario que nuestro programa se realice en diferido, ya que mediante el montaje podemos reducir el tiempo de construcción de la prueba a la mitad y acelerar el ritmo de la prueba, que de otra forma podría resultar algo tedioso. Mediante la elección de famosos humoristas como nuestros concursantes, nos aseguramos de que la prueba cobre vida y no sea un simple programa de bricolaje.

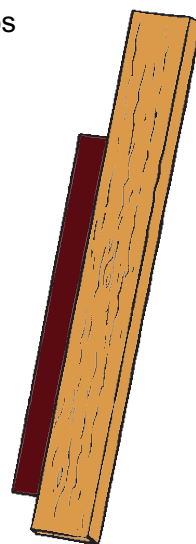
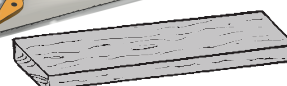
La emisión en diferido del programa también nos permitirá insertar en el montaje las entrevistas a modo de bustos parlantes de los concursantes frente a cámara, realizadas una vez grabado el programa y que aportarán humor al no realizar valoraciones objetivas. Estas entrevistas dotarán al montaje final de una mayor variedad de los planos usados durante la prueba, sin revelar el resultado final de ese programa, de forma que no dispongamos únicamente de los planos de la prueba y las reacciones del jurado.

⁵⁹ <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>

⁶⁰ Artículo 9 (apartados 1 y 2) y Artículo 10 de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>

⁶¹ Artículo 2 (apartados 3 y 4) de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>

⁶² Artículo 4 de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>



5. Estructura del programa

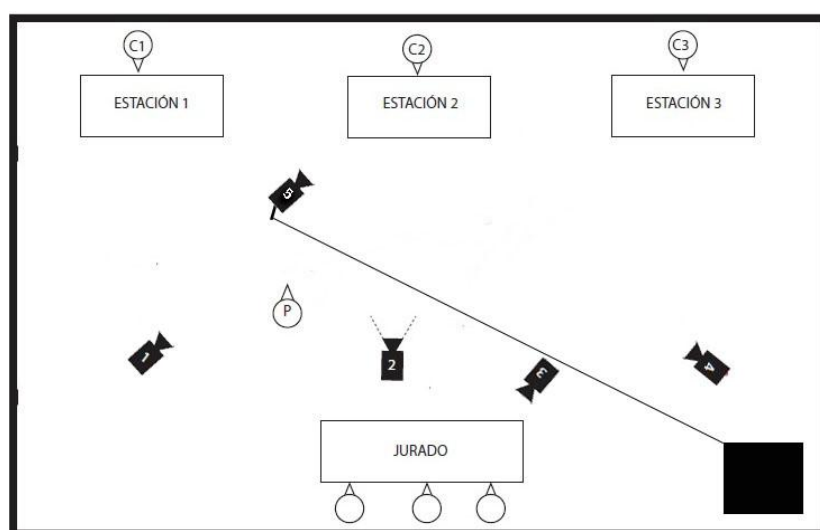
Realización

Describiremos en este apartado la forma de realizar la grabación del programa, dando instrucciones sobre el posicionamiento de concursantes, tipología de planos usados, etc. Una vez analicemos con detenimiento estos elementos, solo quedará confeccionar la escaleta para registrar la duración de cada uno de los bloques, los vídeos y efectos de sonido a introducir, los cortes publicitarios y pies que dan paso a otros bloques.

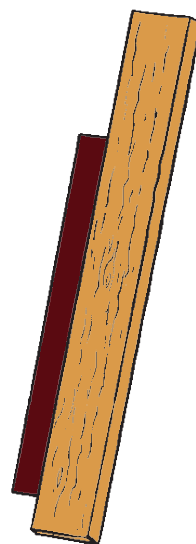
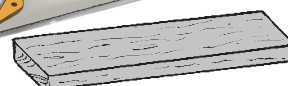
En primer lugar, debemos destacar que usaremos una realización multicámara para la grabación de las secciones “Manos a la Obra” y “El Veredicto”. Las intervenciones a modo de entrevista, sin embargo, se realizarán tras la grabación de estas secciones, para poder proporcionar a los concursantes el material grabado de su participación y darles material para realizar las bromas y chistes de sus entrevistas.

Manos a la Obra

Para la realización de esta sección, dispondremos 4 cámaras sobre trípodes montados en dollys. Situaremos nuestras cámaras de forma cruzada, con la 1 situada frente a la estación 1 y tomando el plano de la estación 3, y la cámara 4 situada frente a la estación 3 y tomando los planos de la estación 1. Por su parte, la cámara 2 cogerá los planos de la estación 2 y la cámara 4 tomará las reacciones del jurado.



Planta de cámara de la sección “Manos a la Obra”



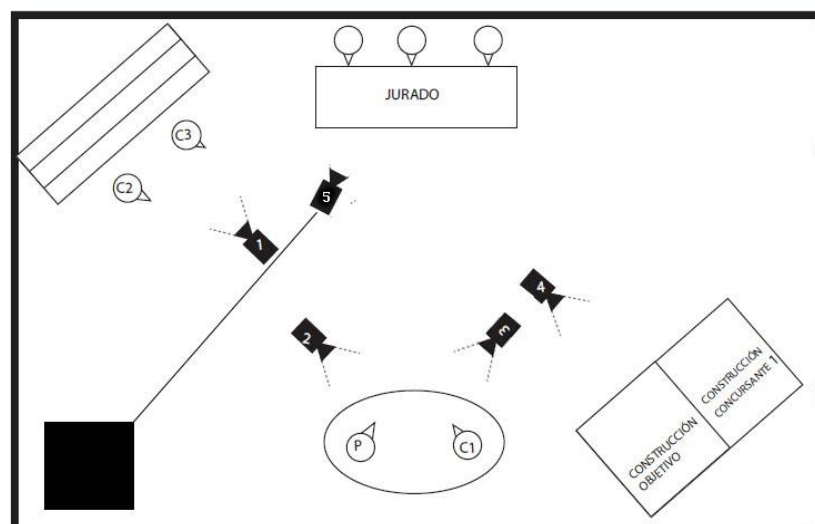
Tendremos una quinta cámara situada en una grúa, de forma que podamos conseguir con facilidad los planos detalle de las construcciones de los concursantes además de usarla para las interacciones del presentador con los concursantes durante la prueba, tomando así planos conjuntos de estos. También tomará los planos de reacción de nuestro presentador.

Para las intervenciones a modo de entrevista, grabadas con posterioridad, contaríamos con una única cámara, dispuesta sobre un trípode fijo y tomando planos medios del concursante entrevistado, que estará sentado. Variaremos el posicionamiento de los concursantes en la composición del plano, de forma que mantengamos el racord audiovisual impuesto por el posicionamiento de las estaciones de trabajo, de forma que el concursante 1 aparezca en la parte izquierda del plano y el número 3 en la parte derecha de este.

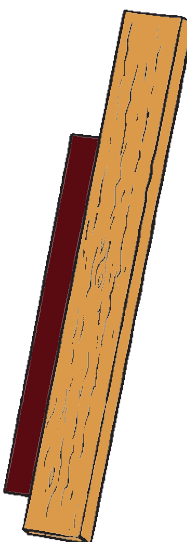
El Veredicto

Para la realización de esta sección, dispondremos de 4 cámaras sobre trípodes montados en dollys, numeradas nuevamente del 1 al 4 de izquierda a derecha.

La cámara 1 tomará planos generales o medios de los concursantes en las gradas mientras tratan de tumbar los argumentos del concursante que esté recibiendo la valoración en ese momento. La cámara 2 tomará planos enteros o medios del concursante que esté siendo valorado en dicho momento, y con la cámara 3 tomaremos el contraplano del presentador que lo acompañará en ese momento.



Planta de cámara de la sección "El Veredicto"



La cámara 4 tomará un plano entero de la construcción objetivo del programa de hoy y de la realizada por cada uno de los concursantes, pudiendo recurrir también a un plano general que recoja ambos habitáculos, uno al lado de otro para mostrar la diferencia entre ambas construcciones.

Finalmente, usaremos una cámara situada en una grúa (la cual será numerada como cámara 5) para tomar planos de las reacciones del jurado, así como posibles planos conjuntos del presentador junto al concursante que esté siendo valorado en dicho momento.

Planos Recursos

Finalizadas ambas secciones realizaremos la grabación de tomas de recursos para asegurarnos de que tenemos tomas adicionales de comentarios y reacciones de los concursantes, presentador y jurado, ya que las originales pueden ser no válidas debido a ruidos o caídas ocurridas durante la prueba.

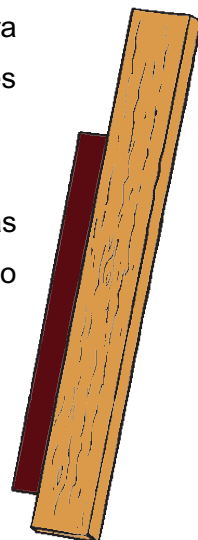
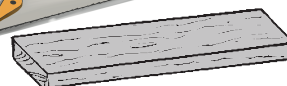
Montaje y Postproducción

Debido a que nuestro programa será grabado usando la técnica de directo, pero será retransmitido en diferido, aprovecharemos el montaje para darle el mejor ritmo posible al programa. Para ello, las entrevistas a modo de bustos parlantes son vitales para el programa, pues ayudan a desconectar de la construcción de los muebles, que puede resultar tediosa.

También será fundamental reducir el tiempo del montaje de la primera prueba, ya que no es necesario que mostremos todos los minutos de esta prueba. Recortar los tiempos muertos y seleccionar las mejores partes para el programa permitirá aumentar el ritmo de este y que no decaiga. Elegiremos los planos recursos necesarios para las reacciones en caso de que sea necesario sustituir alguna de las tomas principales.

Añadimos durante este proceso toda la rotulación de los participantes en el programa, así como las intros, separadores, etc. propuestos en el apartado de identidad visual del programa. También serán añadidos un reloj de cuenta atrás durante momentos clave de la prueba, para informar al espectador del tiempo restante, así como los grafismos con las puntuaciones obtenidas en el programa de esa semana y en el ranking general.

Para enriquecer el contenido de los usuarios a través de la red, introduciremos aquí las sobreimpresiones del QR de las ONGs de los concursantes o sus redes sociales, así como

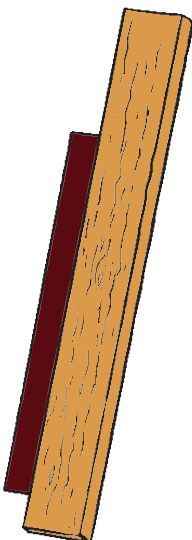
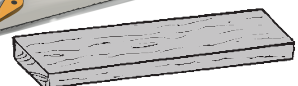


comentarios a través del # del programa anterior en las redes sociales, los cuales también podrán ser usadas en las entrevistas o en contenido adicional a distribuir por nuestras redes a modo de “concursante responde a las preguntas de nuestros fans”.

Finalmente, para la despedida del programa, realizaremos un montaje con los mejores momentos de la edición de ese día a cámara lenta. A la vez que este se muestra en pantalla, mostraremos mediante un scroll horizontal los créditos del programa, en los que figurarán las redes sociales del programa, las vías de contacto, los agradecimientos y la sintonía de *¡Me Destornillo!*

Escaleta

A continuación adjuntamos la escaleta del programa, donde podemos ver una aproximación de las instrucciones necesarias para la realización del programa.



ORDEN	PRESENTA	CONTENIDO	SET	VIDEO	AUDIO	RÓTULOS	OBSERVACIONES	PIE	TIEMPO PARCIAL DURACIÓN	TIEMPO ACUMULADO
0	---	PIEZA CABECERA	---	050921_MDCAB_01	VTR - LÍNEA 1	---	CABECERA	---	00'30"	00'30"
2	PRESENTADOR	PRESENTACIÓN PROGRAMA Y CONCURSANTES	SET 1 TALLER	---	MIC PRESE - LÍNEA 2 MIC CONCU 1 - LÍNEA 3 MIC CONCU 2 - LÍNEA 4 MIC CONCU 3 - LÍNEA 5	RÓTULO PRESENTADOR RÓTULO CONCURSANTE 1 RÓTULO CONCURSANTE 2 RÓTULO CONCURSANTE 3	CADA CONCURSANTE SE ENCUENTRA EN SU ESTACIÓN DE TRABAJO DEL TALLER	"Demos la bienvenida a Concurante 1" "Tendré que competir con Concurante 2" "Le hemos dado una tlla, y sigue nervioso. Concurante 3." ---	05'00"	05'30"
4	PRESENTADOR	PRESENTADOR INTRODUCE VIDEO CONSTRUCCIÓN	SET 1 TALLER	---	MIC PRESE - LÍNEA 2	---	---	"...qué van a construir hoy."	00'30"	06'00"
6	---	PIEZA PRESENTACIÓN MUEBLE A CONSTRUIR	---	050921_MDMUOB_01	VTR - LÍNEA 1	---	PIEZA EDITADA MOSTRANDO CONSTRUCCIÓN DEL DÍA	"Hoy nuestros concursantes trataran de... para el cual tendrán un tiempo limitado."	02'00"	08'00"
8	PRESENTADOR	PRESENTACIÓN JURADO	SET 2 VALORACIÓN	---	MIC PRESE - LÍNEA 2 MIC JUR 1 - LÍNEA 6 MIC JUR 2 - LÍNEA 7 MIC JUR 3 - LÍNEA 8	---	RÓTULOS INTRODUCIDOS A MEDIDA QUE SE PRESENTEN LOS MIEMBROS DEL JURADO	"Conozcamos ahora a nuestro jurado..."	02'00"	10'00"
10	PRESENTADOR	INTRODUCCIÓN PRUEBA	SET 1 TALLER	---	MIC PRESE - LÍNEA 2 EFECTO - LÍNEA 9	---	RÓTULO CUENTA ATRÁS INTRODUCIDO A LA VEZ QUE PRESENTADOR INICIA EFECTO SONIDO INTRODUCIDO UNA VEZ FINALIZA LA CUENTA ATRÁS	"Empezamos en 3, 2, 1... ¡Manos a la obra!"	00'30"	10'30"
12	PRESENTADOR	SECCIÓN MANOS A LA OBRA	SET 1 TALLER	---	MIC PRESE - LÍNEA 2 MIC CONCU 1 - LÍNEA 3 MIC CONCU 2 - LÍNEA 4 MIC CONCU 3 - LÍNEA 5	---	LOS VIDEOS DE ENTREVISTAS SE IRÁN INTRODUCIENDO TRAS ACCIONES DETERMINADAS DE CADA CONCURSANTE DURANTE LA CONSTRUCCIÓN DE SU MUEBLE	"Quedan 20 minutos. Tenéis que daros prisa."	20'00"	30'30"
14	---	FUNDIDO A NEGRO	---	---	---	---	PASAMOS A NEGRO PREVIO A TELEPROMOCIÓN	---	00'02"	30'32"
16	---	TELEPROMOCIÓN LEROY MERLIN	SET 1 TALLER	050921_TPLM_01	VTR - LÍNEA 9	SOBREIMPRESIÓN PUBLICIDAD	INTRODUCIR SOBREIMPRESIÓN PARA DIFERENCIAR EL CONTENIDO DE TELEPROMOCIÓN DEL PROGRAMA	"Volvemos a la prueba después de la publicidad."	00'30"	31'02"
18	---	RAFAGA "VAMOS A PUBLICIDAD"	---	050921_RAFPUB_01	VTR - LÍNEA 9	---	---	---	00'05"	31'07"
20	---	PUBLICIDAD	---	050921_BLOPUB_01	VTR - LÍNEA 9	---	---	---	12'00"	43'07"
22	---	AUTOPROMOCIÓN	---	050921_AUTPRO_01	VTR - LÍNEA 9	---	---	---	02'00"	45'07"
24	---	RAFAGA "VOLVEMOS DE PUBLICIDAD"	---	050921_RAFPUB_02	VTR - LÍNEA 9	---	---	---	00'05"	45'12"
26	PRESENTADOR	FINAL SECCIÓN MANOS A LA OBRA	SET 1 TALLER	---	MIC PRESE - LÍNEA 2 MIC CONCU 1 - LÍNEA 3 MIC CONCU 2 - LÍNEA 4 MIC CONCU 3 - LÍNEA 5 EFECTO - LÍNEA 9	RÓTULO CUENTA ATRÁS 10 SEGUNDOS FINALES	INTRODUCIR RÓTULO CUANDO PRESENTADOR INICIE CUENTA ATRÁS DE LA PRUEBA EFECTO SONIDO INTRODUCIDO UNA VEZ FINALIZA LA CUENTA ATRÁS	"...3, 2, 1. Se acabó el tiempo. Solad vuestras herramientas. Os damos unos segundos para que os cambiéis y estamos de vuelta con El Veredicto."	10'00"	55'12"
28	---	RAFAGA EL VEREDICTO	---	050921_MDRAFEV_01	VTR - LÍNEA 1	---	---	---	00'10"	55'22"
30	PRESENTADOR	SECCIÓN EL VEREDICTO. PRESENTACIÓN MONTAJE JURADO	SET 2 VALORACIÓN	---	MIC PRESE - LÍNEA 2	---	---	"Ahora veamos cómo se montaría correctamente..."	00'30"	55'52"
32	---	PIEZA CONSTRUCCIÓN MUEBLE	---	050921_MDMUOB_02	VTR - LÍNEA 1	RÓTULO CANAL YOUTUBE BRICOMANÍA	REACCIONES EN PICTURE IN PICTURE DE LOS CONCURSANTES	---	06'00"	61'52"

ORDEN	PRESENTA	CONTENIDO	SET	VÍDEO	AUDIO	RÓTULOS	OBSERVACIONES	PIE	TIEMPO PARCIAL DURACIÓN	TIEMPO ACUMULADO
34	PRESENTADOR	SECCIÓN EL VEREDICTO. VALORACIÓN CONCURSANTE 1	SET 2 VALORACIÓN	---	MIC PRESE - LÍNEA 2	---	DEFENSA DE CONCURSANTE 1 DE SU CONSTRUCCIÓN	"Procedemos a ver la pieza de Concurante 1 y su valoración."	10'00"	71'52"
					MIC CONCU 1 - LÍNEA 3		CONTRARGUMENTOS DEL RESTO DE CONCURSANTES			
					MIC CONCU 2 - LÍNEA 4					
					MIC CONCU 3 - LÍNEA 5	RÓTULO PUNTUACIONES CONCURSANTE 1	INTRODUCIR RÓTULO CON LA VALORACIÓN DE LOS JUECES	---		
					MIC JUR 1 - LÍNEA 6					
					MIC JUR 2 - LÍNEA 7					
					MIC JUR 3 - LÍNEA 8			"Procedemos ahora con la valoración de lo que ha hecho Concurante 2."		
36	PRESENTADOR	SECCIÓN EL VEREDICTO. VALORACIÓN CONCURSANTE 2	SET 2 VALORACIÓN	---	MIC PRESE - LÍNEA 2	---	DEFENSA DE CONCURSANTE 2 DE SU CONSTRUCCIÓN	"Procedemos a ver la pieza de Concurante 2 y su valoración."	10'00"	81'52"
					MIC CONCU 1 - LÍNEA 3		CONTRARGUMENTOS DEL RESTO DE CONCURSANTES			
					MIC CONCU 2 - LÍNEA 4					
					MIC CONCU 3 - LÍNEA 5	RÓTULO PUNTUACIONES CONCURSANTE 2	INTRODUCIR RÓTULO CON LA VALORACIÓN DE LOS JUECES	---		
					MIC JUR 1 - LÍNEA 6					
					MIC JUR 2 - LÍNEA 7					
					MIC JUR 3 - LÍNEA 8			"Hacemos una pequeña pausa para ir a publicidad y volvemos con la valoración final para Concurante 3 y la clasificación general."		
38	---	FUNDIDO A NEGRO	---	---	---	---	PASAMOS A NEGRO PREVIO A TELEPROMOCIÓN	---	00'02"	81'54"
40	---	TELEPROMOCIÓN IEKA	SET 1 TALLER	050921_TPIK_01	VTR - LÍNEA 9	SOBREIMPRESIÓN PUBLICIDAD	INTRODUCIR SOBREPRESIÓN PARA DIFERENCIAR EL CONTENIDO DE TELEPROMOCIÓN DEL PROGRAMA	"Volvemos en unos minutos a ¡Me Destornillo!"	00'30"	82'24"
42	---	RAFAGA "VAMOS A PUBLICIDAD"	---	050921_RAFPUB_01	VTR - LÍNEA 9	---	---	---	00'05"	82'29"
44	---	PUBLICIDAD	---	050921_BLOPUB_02	VTR - LÍNEA 9	---	---	---	12'00"	94'59"
46	---	AUTOPROMOCIÓN	---	050921_AUTPRO_02	VTR - LÍNEA 9	---	---	---	02'00"	96'59"
48	---	RAFAGA "VOLVEMOS DE PUBLICIDAD"	---	050921_RAFPUB_02	VTR - LÍNEA 9	---	---	---	00'05"	97'04"
50	PRESENTADOR	SECCIÓN EL VEREDICTO. VALORACIÓN CONCURSANTE 3	SET 2 VALORACIÓN	---	MIC PRESE - LÍNEA 2	---	DEFENSA DE CONCURSANTE 3 DE SU CONSTRUCCIÓN	"Procedemos a ver la pieza de Concurante 3 y su valoración."	10'21"	107'25"
					MIC CONCU 1 - LÍNEA 3		CONTRARGUMENTOS DEL RESTO DE CONCURSANTES			
					MIC CONCU 2 - LÍNEA 4					
					MIC CONCU 3 - LÍNEA 5	RÓTULO PUNTUACIONES CONCURSANTE 3	INTRODUCIR RÓTULO CON LA VALORACIÓN DE LOS JUECES	---		
					MIC JUR 1 - LÍNEA 6					
					MIC JUR 2 - LÍNEA 7					
					MIC JUR 3 - LÍNEA 8			"Y pasamos a la clasificación general."		
52	---	RAFAGA "CLASIFICACIÓN GENERAL"	---	050921_MDRAPCG_01	VTR - LÍNEA 1	---	---	---	00'10"	107'35"
54	PRESENTADOR	SECCIÓN EL VEREDICTO. CLASIFICACIÓN GENERAL	SET 2 VALORACIÓN	---	MIC PRESE - LÍNEA 2	RÓTULO CLASIFICACIÓN GENERAL	INTRODUCIR RÓTULO PUNTUACIONES DE LOS CONCURSANTES SE ANUNCIA LA DESVENTAJA ADICIONAL QUE EL PERDEDOR ELIJERÁ	"Y Concurante X se verá obligado a"	7'00"	114'35"
56	PRESENTADOR	DESPEDIDA PROGRAMA	SET 2 VALORACIÓN	---	MIC PRESE - LÍNEA 2	---	---	"Pues anunciada la desventaja, estamos seguros de que la semana que viene nos vamos a destornillar de risa, aquí, en Me Destornillo."	2'25"	117'00"
58	---	PIEZA CRÉDITOS + COPY	---	050921_MDCRED_01	VTR - LÍNEA 1	---	VÍDEO MEJORES MOMENTOS DEL PROGRAMA DE HOY CON SCROLL HORIZONTAL DE LOS CRÉDITOS Y AGRADECIMIENTOS	---	03'00"	120'00"

6. El Programa - Mecánica

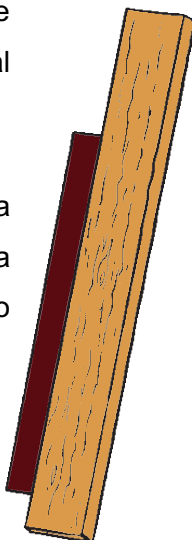
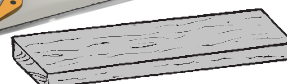
Nuestro talent show, *¡Me Destornillo!*, nos mostrará una competición entre algunos cómicos españoles que tratarán de montar el mobiliario propuesto con desastrosos resultados. Al comienzo del programa, nuestro presentador nos dará la bienvenida a la edición de esta semana, y acto seguido les mostrará a los concursantes el mueble objetivo que deben construir en dicho programa. Antes de empezar, recordará a los participantes la desventaja con la que deberá lidiar el concursante elegido por el perdedor de la semana anterior, creando situaciones muy cómicas. Además, recordará al ganador de la semana anterior que dispone de 10 minutos extra para su construcción. Una vez estén todos preparados, el presentador pondrá en marcha el cronómetro con los 50 minutos de los que disponen.

Durante el tiempo de construcción, veremos cómo nuestros concursantes tratan de hacer el menor ridículo posible, mientras se intentan distraer los unos a los otros con comentarios y bromas sobre el mueble que estén montando. No solo tendrán que combatir sus nervios y aguantar a sus rivales, sino que el propio presentador intentará distraerlos con preguntas que no vienen a cuento o con chistes bastante lamentables como para ser ignorados. Una vez finalizados los 50 minutos de construcción de los concursantes que no disponen del tiempo extra, estos podrán dedicarse a desconcentrarlo y distraerlo de su objetivo final, aunque sin intervenir directamente con sus materiales o construcción.

Una vez hayan terminado los tres concursantes, el jurado nos mostrará cómo debería haberse montado correctamente el mueble, y tras ello se someterá a cada una de las obras de los concursantes a la valoración de los jueces. El concursante que vaya a ser valorado tendrá que, haciendo uso de toda su imaginación, convencer al jurado de que el montaje de su mueble es perfecto, idéntico al objetivo o incluso una versión mejorada. Sus contrincantes dispondrán entonces de 30 segundos cada uno para intentar derrocar su propuesta.

Tras esto, el jurado hará la valoración de cada una de las propuestas y emitirán su puntuación. La media de los tres jueces será la puntuación para esa semana de cada concursante, y se sumará al ranking acumulativo del programa que determinará el ganador del programa al final de la temporada.

Para dar mayor importancia a esta suma semanal de puntos y hacer más reñida la competición, el concursante que semanalmente obtenga el peor resultado podrá elegir la siguiente semana una desventaja adicional para un concursante a su elección, consiguiendo



las risas de los espectadores, la frustración de su rival y crear mayor expectación semana a semana.

Sistema de desventajas

Mediante este sistema tratamos de reforzar el tono humorístico que nuestros concursantes proporcionarían, al verse obligados a montar un mueble sin ser capaz de mirar las instrucciones, usando manoplas de cocina en sus manos o sustituyendo algunas de sus herramientas por versiones de juguete. Conseguiremos así una sucesión de divertidas situaciones mientras nuestros concursantes tratan de mantener a flote la construcción que les han propuesto, todo ello potenciado por las reacciones de nuestros cómicos preferidos.

Premio

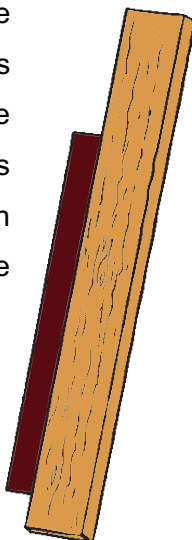
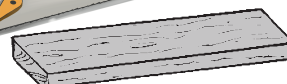
Ganar nuestro talent show semanalmente puede suponer para dicho concursante el poner una diana sobre su cabeza, ya que el perdedor de esa semana podría imponerle una desventaja adicional para evitar que siga acumulando puntos en la clasificación general. De esta forma, equilibramos la balanza para que el mismo concursante no gane todas las semanas y haya movimientos interesantes al tener en cuenta la clasificación general.

El concursante con mayor puntuación al final de la temporada será el ganador de *¡Me Destornillo!* Durante cada uno de los programas, los concursantes recordarán a los espectadores a qué ONG están asociados y para la que están intentando ganar el premio de la temporada de 50.000 €, favoreciendo de esta forma a una causa social y dando la oportunidad a los espectadores de colaborar con estas organizaciones.

Secciones

Nuestro programa constará de dos secciones diferentes, las cuales procedemos a detallar en este apartado:

- Manos a la obra: Esta sección del programa corresponde con la prueba de construcción del mueble propuesto, para la cual situaremos a cada uno de los concursantes en una de las estaciones de trabajo. Dentro de esta sección se encuentran también las intervenciones a modo de entrevista frente a cámara de los concursantes, que realizarán comentarios sobre las construcciones que estén realizando ellos o sus competidores. Estas piezas se alternarán con la realización de la prueba en el proceso de montaje del programa.



- El Veredicto: Esta sección corresponde a la presentación y defensa de las construcciones de los concursantes ante el jurado y a la valoración final de estos, tras lo cual se mostrará la actualización del ranking general de la temporada.

Casting

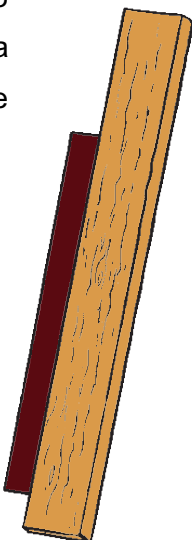
Para nuestro programa tienen mucha importancia las personalidades con las que esperamos contar para este, ya que los espectadores buscan desconectar con programas de entretenimiento, y, combinando a múltiples humoristas de renombre, podemos conseguir interacciones que doblen de risa a nuestros espectadores y los dejen con ganas de ver el programa de la semana siguiente. Además, destacamos la importancia de la inclusión del jurado, que dará legitimidad a las valoraciones de las pruebas semanales, algo importante a tener en cuenta debido a que el premio monetario propuesto va dirigido a la ONG asociada con el ganador, como explicamos con anterioridad:

Presentador

El perfil propuesto para el presentador de nuestro programa sería el de un adulto de entre 35 y 50 años, que se desenvuelva ante las cámaras y sea un buen humorista, ya sea por sus papeles en series/películas de televisión u otro tipo de programas. Nuestro presentador tendría que ser capaz de llevar el mando del programa de forma desenfadada, y realizando chistes constantes que capturan la atención de la audiencia, así como comentarios ingeniosos o juegos de palabras con lo que les esté sucediendo a nuestros concursantes.



Un ejemplo de este perfil sería el presentador Arturo Valls, presentador de programas como *Tu Cara me Suena* o *¡Ahora Caigo!* Teniendo en cuenta su recorrido por estos, no hay duda de que cualquier cadena podría depositar su confianza en él como para ponerlo al mando de un programa en el que haya que dar rienda suelta al humor, como nuestro formato.



Concursantes

Para los concursantes de nuestra primera edición proponemos los siguientes perfiles:

- Humorista que haya tenido papeles cómicos en televisión, y sea capaz de improvisar bromas con lo que suceda en el momento. Capaz de interpretar a personajes serios o a los más alocados. Un ejemplo del perfil propuesto sería el de Anabel Alonso, conocida por su participación en programas como *Tu Cara me Suena* o *Me Resbala*, o por su papel como actriz de doblaje en la película de Disney *Buscando a Nemo*.



- Humorista con experiencia en doblajes de películas o creación de múltiples personajes en programas de humor, con voces y formas de hablar distintas. Gran rango de expresiones faciales. Un ejemplo de este perfil sería el humorista Florentino Fernández, conocido por su participación en programas como *Tu Cara me Suena* o *Me Resbala*⁶³, o por su etapa en el programa *Así nos va*⁶⁴.

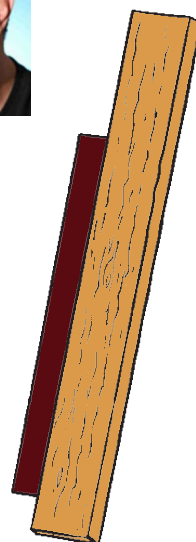
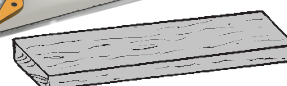


- Humorista que genere sensación de nerviosismo, de no poder estar quieto. La celeridad de este tipo de concursante podría causar situaciones cómicas al enfrentarlo a una prueba contrarreloj. Debe ser capaz de hablar sin parar, de cualquier cosa. Un claro ejemplo de este perfil sería el humorista El Monaguillo, conocido por su participación en programas como *Me Resbala* o *El Hormiguero 3.0*.



⁶³ Ficha IMDB del programa: Me Resbala. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt3373958/>

⁶⁴ Ficha IMDB del programa: Así nos va. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt5304876/>



Jurado

En cuanto a la composición de nuestro jurado, necesitamos que los perfiles de dos de los jueces sean de expertos en la materia del bricolaje. En España podríamos contar con los presentadores Kristian Pielhoff e Íñigo Seguro, conocidos por su trabajo en el programa *Bricomanía*⁶⁵, que comenzó en La 2 de Televisión Española y se emitió hasta 2020 en la cadena Nova del grupo Atresmedia⁶⁶. Tras la cancelación del programa en Nova debido a la crisis producida por el Covid-19, el proyecto ha sido relanzado de forma digital en la plataforma YouTube, adaptando el formato a los nuevos tiempos⁶⁷. Creemos que los 26 años de experiencia frente a las cámaras y su experiencia en el campo del bricolaje los hace más que aptos para este puesto.

Completaríamos nuestro jurado con un tercer miembro, cuyo perfil debe ser el de una persona adulta, de entre 30 y 45 años, que se dedique al mundo del humor y pueda realizar imitaciones, así como sacar humor de las obras que tenga que valorar junto al resto del jurado. Un claro ejemplo de este perfil sería el del humorista Carlos Latre, cuyo conocido repertorio de imitaciones dará, sin duda alguna, un tono humorístico a las valoraciones de Kristian e Íñigo, de forma que no se rompa con el tono humorístico del programa, pero tampoco se ridiculicen las valoraciones de estos profesionales del mundo del bricolaje.



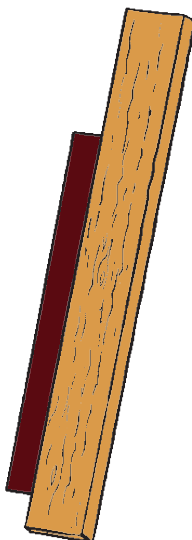
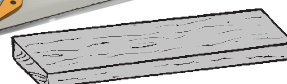
De izquierda a derecha: Kristian Pielhoff, Íñigo Seguro y Carlos Latre

Encontramos además una oportunidad de promocionar nuestro programa a través del propio formato digital de *Bricomanía*, ya que podrían realizar el montaje del mueble propuesto en el programa en su canal, pudiendo promocionar a su vez nuestro talent show.

⁶⁵ Ficha IMDB del programa: Bricomanía. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt1045358/>

⁶⁶ <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2020/12/17/5fda0d31fc6c83c61a8b464d.html>

⁶⁷ <https://www.hogarmania.com/bricolaje/vuelve-bricomania-nuevos-videos-a-canal-de-youtube.html>



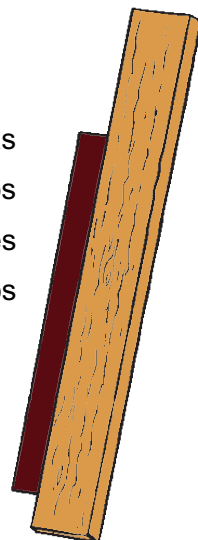
Referentes

En cuanto a los programas que han servido de referencia para la creación de nuestro programa, podemos encontrar:

- MasterChef: Basamos el sistema de competición de nuestro programa en el usado en *MasterChef*, en el que todos los concursantes compiten a la vez en sus distintas estaciones de trabajo, para evitar la saturación que podríamos causar en los espectadores al repetir la misma prueba con cada uno de los concursantes. También nos parece buena la idea de las intervenciones a modo de entrevista fuera de plató con los concursantes, que son insertadas en el montaje durante la competición. En nuestro programa, las usaremos con intención cómica, llegando los concursantes a fingir que sus construcciones son perfectas o incluso a mofarse de sus rivales.

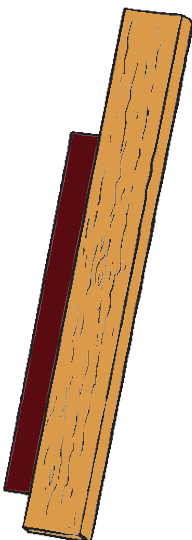
- Tu Cara Me Suenas: Basamos el sistema de puntuación de nuestro talent show en el usado en el programa de Antena 3, en el que se corona al final de cada programa a un ganador semanal además de acumular una puntuación a lo largo de la temporada, que será determinante para proclamar al ganador de la edición. A su vez, nos parece que el modelo de jueces y la forma de valorar las actuaciones de los concursantes propuesto por *Tu Cara me Suenas* es el ideal para nuestro programa. A pesar de estar conformado por algunos profesionales en lo que a su campo se refiere, la inclusión de miembros del jurado como Ángel Llácer o Carlos Latre en el programa de Antena 3, dotan a las valoraciones de un toque de humor que impregna al programa. Esto causa que la competición en sí se lleve a cabo de una manera más “light”, en la que lo importante es divertirse y dar un buen espectáculo para los seguidores del programa.

- Gran Prix: El sistema de desventajas de nuestro programa intenta recrear las situaciones que se daban en el concurso presentado por Ramón García, en el que los concursantes se veían obligados a superar sus pruebas mientras vestían trajes incómodos que dificultaban sus movimientos, reducían su visión o los hacían blancos



más fáciles. Aunque el programa solo da pie a que uno de los concursantes sea el perjudicado (y no todos), las personalidades de nuestros concursantes unidas a las desventajas impuestas darán un toque cómico extra a la competición.

- Me Resbala y ¡Ahora Caigo!: En estos concursos es vital la presencia de un presentador como Arturo Valls que sea capaz de intervenir durante el desarrollo del programa con constantes bromas, chascarrillos y comentarios, en lugar de ser una figura de autoridad. En nuestro formato, la participación del presentador con comentarios sobre las construcciones, las entrevistas a modo de paparazzi con los concursantes durante la competición y las interacciones de este con el jurado son vitales para mantener el ritmo del programa sin que este decaiga durante la competición en sí. El humor y las bromas complementan las cómicas situaciones que puedan darse con las construcciones de nuestros concursantes.



7. Propuesta estética

Identidad visual

Es importante que consigamos plasmar en la estética del programa una personalidad propia, que invite a los espectadores a reconocer con facilidad el escenario como si de su propio hogar se tratase, y de forma que tenga sentido con lo que está ocurriendo en el concurso. Es por ello que el uso de elementos como tornillos o tuercas o de herramientas como destornilladores o martillos tendrán mucha presencia en elementos como las cortinillas o rótulos del programa.

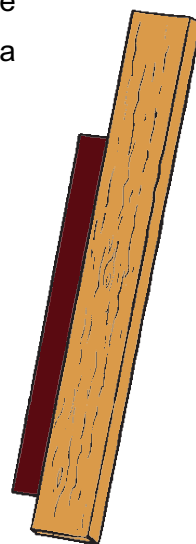
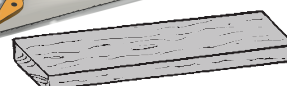
Mostramos aquí algunos de los elementos que se usarán para darle este look al programa que nos indique a simple vista en qué consiste.

Logo

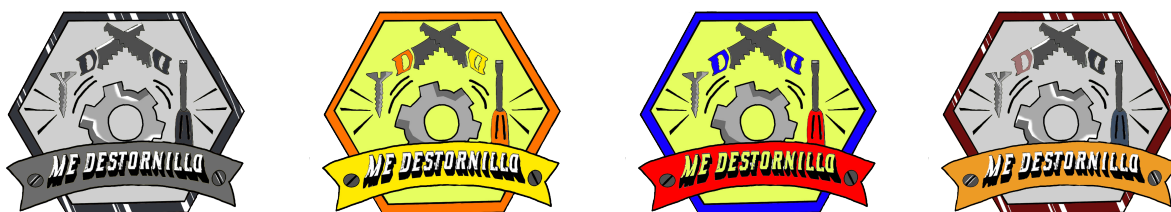
Para nuestro logo, hemos decidido realizar una pieza hexagonal sobre la cual hemos plasmado algunos de estos elementos comunes del bricolaje, como tornillos, destornilladores, sierras, etc. El nombre del programa está colocado sobre una placa atornillada a la pieza hexagonal por sus dos extremos, siendo esta versión del logo la estática, que usaríamos para los tarjetones del presentador, logos del decorado o del cubo del micrófono de mano usado por el presentador cuando realizas las intervenciones a lo paparazzi.

Como se puede observar, hemos realizado varias versiones del logo en busca de los colores correctos. Con una de ellas, intentamos darle un aspecto de piezas metálicas, usando colores grises, pero nos encontramos con una versión muy poco colorida. En contraste, probamos con otras versiones con presencia de tonos azules, amarillos, rojos y naranjas, que eran demasiado coloridas para nuestro gusto.

Finalmente, optamos por un tono marrón oscuro y con toques metálicos para el borde de la pieza hexagonal, con un color gris claro, y sobre ella las herramientas y elementos de bricolaje mencionados con anterioridad. Para rematar el logo, elegimos un tono naranja para la placa del nombre del programa.



Aquí podemos ver los logos diseñados junto a la versión final.



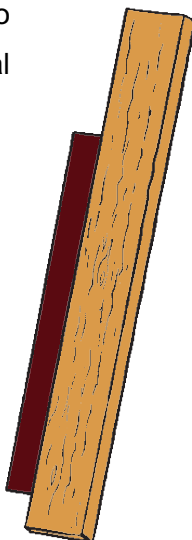
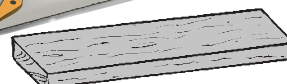
Y aquí mostramos cómo quedaría en los tarjetones del presentador o el logo en el cubo del micrófono de mano.



Grafismos

Podríamos dotar de más personalidad al logo mediante la animación de este, consiguiendo efectos como que la placa con el nombre del programa se desatornille y quede colgando, que parte del logo se desmonte cayendo para atrás o añadiéndole cinta adhesiva para dar énfasis al mal estado en que se encuentra. De esta forma, introduciremos estas animaciones en el programa a modo de cortinillas de transición entre secciones, para dar mayor dinamismo que una imagen fija con nuestro logo, por ejemplo.

Para los rótulos, hemos pensado distinguir entre los ... de los concursantes por un lado, y los del jurado y el presentador por el otro. Los de los concursantes, presentarían desperfectos o golpes que indicarían que no son expertos en la materia, mientras que los rótulos del jurado y presentador tendrían un aspecto impecable, con un buen acabado y que de sensación al espectador de que son unos expertos en la materia.



Aquí tenemos unos ejemplos propuestos para los rótulos.

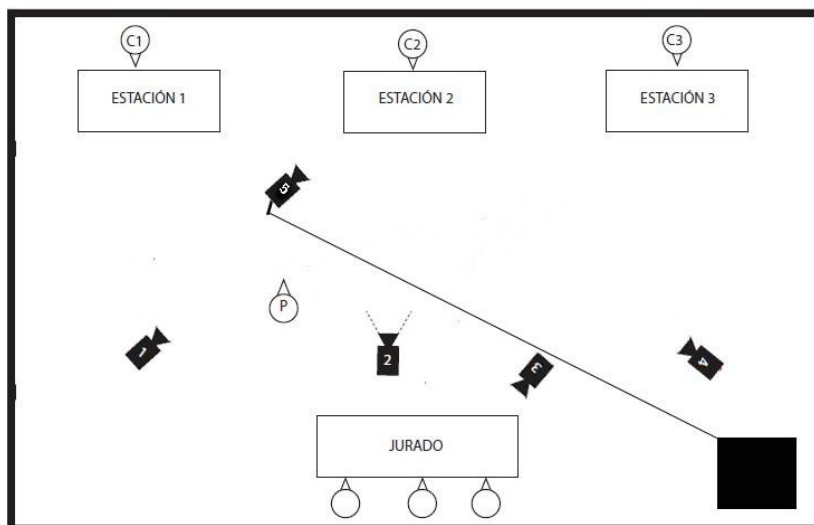


Medios

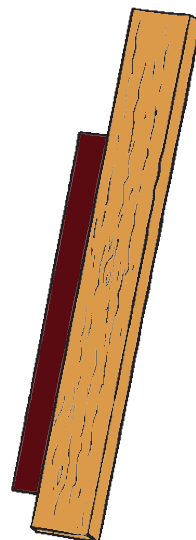
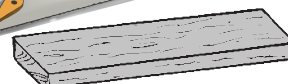
Localización y escenografía

En cuanto a la localización, *¡Me Destornillo!* Está diseñado para una realización en interior, en un plató con hasta dos sets. Procedemos a continuación a describirlos para el perfecto entendimiento de cómo estarían dispuestos.

El primero de ellos será un área donde se asignará a cada concursante una estación de trabajo para la realización de las pruebas durante los programas, teniendo estas estaciones todas las herramientas necesarias para los montajes realizados durante el concurso. Estas estaciones tendrán ruedas con sistema de bloqueo, para poder transportar el mobiliario construido por cada concursante una vez finalizada la prueba al habitáculo del set 2, de forma que sea manipulado lo menos posible, debido a que pueden derrumbarse con facilidad. Las estaciones estarán dispuestas a lo largo del plató en una fila horizontal, con el suficiente espacio entre ellas. Adjuntamos una imagen del set 1 para mostrarlo con claridad.

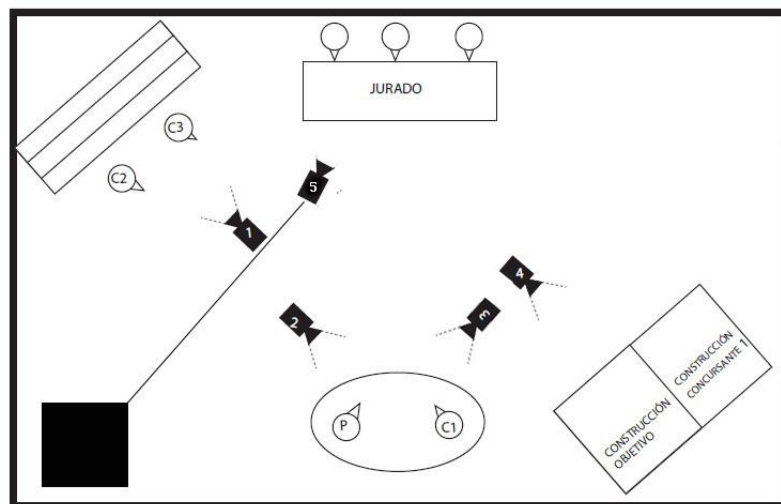


Planta de cámara del Set 1



El segundo set estará compuesto por los siguientes elementos: una mesa para nuestro jurado; una tribuna en la que el presentador acompañará al concursante mientras este presenta sus argumentos para convencer a los jueces de cómo su construcción es la versión más parecida al objetivo propuesto; unas gradas para que el resto de concursantes y/o invitados descansen a la espera de su turno y puedan reaccionar a los discursos de sus rivales; una estructura a modo de dos habitáculos contiguos y separados por una pared en el medio, para exponer en cada uno de estos tanto la obra objetivo y bien construida como la versión conseguida por el concursante que está siendo valorado en ese momento.

Estos habitáculos serán usados también para grabar las entrevistas de los concursantes a modo de busto parlante que se introducirán con posterioridad en el montaje. Adjuntamos una imagen con la configuración de este segundo set.

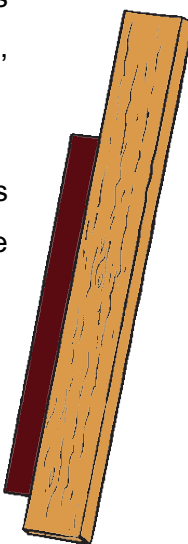
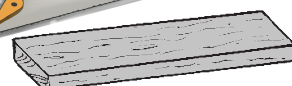


Planta de cámara del Set 2

Sonido

Debido a la naturaleza del programa, que pone a nuestros concursantes a construir mobiliario, hemos elegido recoger el sonido durante las pruebas a través de micrófonos inalámbricos de corbata, ya que limitarán menos sus movimientos a la vez que podremos controlar mejor los sonidos indeseados causados durante la prueba o por el continuo movimiento de los participantes. Tanto para la presentación del programa como para la sección del veredicto, usaremos micrófonos de diadema para cada uno de ellos.

Para nuestro jurado, hemos elegido micrófonos de solapa, debido a que la acción que ellos realizarán está limitada a la mesa para dar el veredicto, y por tanto no deben moverse continuamente como nuestros concursantes.



Para nuestro presentador hemos elegido un micrófono de diadema al igual que para los concursantes, para no quedar limitados por los movimientos que pueda realizar. A su vez, le facilitaremos un micrófono de mano con su cubo con el logo del programa y paravientos. El objetivo de este es que el presentador usaría a modo de paparazzi siguiendo a nuestros concursantes durante la realización de las pruebas en buscas de respuestas a preguntas absurdas o que poco vienen al caso. A su vez, sería un micro de seguridad desde el que podríamos grabar sonido y poder aislarlo fácilmente en el montaje, en caso de sonidos no deseados en los otros micrófonos.

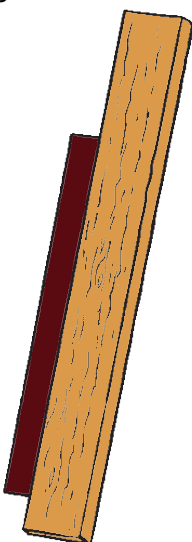
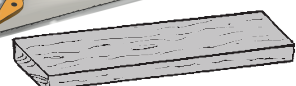
Finalmente, para las entrevistas con los concursantes a modo de busto parlante, usaremos micrófonos inalámbricos de corbata, que permitirían recoger el sonido de sus intervenciones con la calidad deseada además de generar la falsa impresión de que el concursante está hablando a los espectadores del programa, al no aparecer ningún cable o micrófono de forma visible en el plano.

Iluminación

La iluminación de nuestros concursantes durante la realización de las pruebas constará en bañar las estaciones de trabajo con luz blanca con intensidad media, para facilitarles su trabajo. Una vez llegue la cuenta atrás que indique el final de la prueba, se bañará el plató con luces rojas, para advertir a los concursantes de que deben dejar de trabajar en ese momento o serán penalizados.

Para la iluminación de nuestro jurado, usaremos la iluminación de 3 puntos, con una luz principal, un contraluz ligeramente tras ellos y finalmente una luz de relleno por el otro costado para eliminar sombras indeseadas y quitarle dureza a la luz emitida en sus rostros.

Para el presentador y los concursantes que estén sentados en las tribunas a la espera de su turno de defender sus construcciones, usaremos nuevamente un sistema de iluminación de 3 puntos, de forma que tengan mayor volumen y no se mimeticen con el fondo del escenario. Para el concursante que tenga que defender su obra, usaremos un foco con una luz de recorte para crear tensión y que destaque ligeramente.



8. Difusión, emisión y distribución

Emisión del programa

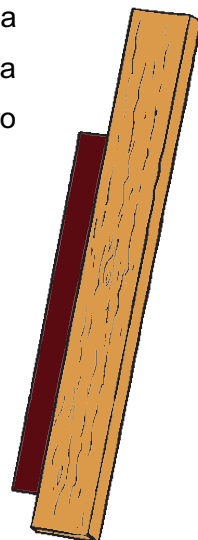
¡Me Destornillo! ha sido concebido para su emisión la noche de los martes, comenzando durante las últimas horas del prime time a las 23:00 y acabando en el late night a la 01:00, sirviendo de puente entre ambas franjas para conseguir el trasvase de espectadores. Su primer programa se emitirá el 21 de septiembre de 2021, emitiéndose semanalmente de forma continua los 13 capítulos hasta el 21 de diciembre de 2021, momento en el que tendrá lugar la gala final.

De acuerdo a este número de capítulos, el comienzo de nuestra temporada será emitido durante la temporada de invierno (media-alta), aunque a mitad de temporada en noviembre ya entraremos en temporada alta y habremos fidelizado a una gran parte de nuestros espectadores, permitiéndonos así obtener unos mejores resultados que si estrenásemos directamente en temporada alta, donde los formatos estrella ya de cada cadena son emitidos con sus públicos fidelizados como apoyo desde un principio.

Para evitar un descenso en la audiencia por un posible puente del 6 de diciembre (Día de la Constitución Española) al 8 de diciembre (día de Inmaculada Concepción), emitiremos un especial del capítulo 12 para esa fecha, reservando la gala final para el 14 de diciembre, consiguiendo así una mayor expectación por el final de la temporada y el posible ganador.

Para realizar la elección de la cadena y la franja en la que emitiremos nuestro programa, hemos realizado un extenso análisis de todas las cadenas que podrían albergar nuestro formato y hemos elegido la que más se ajusta al target objetivo de nuestro programa. Al realizar esta elección, hemos tenido que estudiar igualmente los contenidos emitidos por la competencia y por la propia cadena elegida, para identificar la franja, y día de la semana más apto para emitir nuestro programa.

Una vez hemos conseguido programar nuestro talent show en la parrilla de la cadena escogida, hemos desarrollado las estrategias necesarias para que nuestro programa obtenga los mejores resultados de audiencia posibles y consigamos fidelizar rápidamente a nuestro público para garantizar el éxito del programa y una posible segunda edición de este.



Cadena propuesta

Hemos realizado en este proyecto una propuesta para programar nuestro formato dentro de la parrilla de Antena 3. De esta forma, podremos realizar un análisis sobre el posicionamiento que nuestro formato tendría con la competencia o las estrategias de programación usadas para que este obtuviese los mejores resultados. No obstante, el formato podría ser comercializado con cualquier cadena y en cualquier lugar del mundo.

Antena 3 ha demostrado una maestría a la hora de conformar su parrilla con una alta presencia del género del entretenimiento⁶⁸, obteniendo magníficos resultados de audiencia, ya sea durante la franja de la tarde con concursos como *Pasapalabra*, *¡Boom!* o *¡Ahora Caigo!*⁶⁹ o durante las últimas horas de la franja del prime time y las primeras de la franja del late night, con talk shows como *El Hormiguero 3.0*⁷⁰ o talent shows como *Tu Cara Me Suena* o *Mask Singer*⁷¹.

También ha sido determinante para nuestra elección de esta cadena la confianza que Antena 3 ha depositado en Arturo Valls, ya que encaja en el perfil que describimos para nuestro presentador. Prueba de esta confianza de la cadena en el humorista podemos encontrarla en cómo lo ha puesto a cargo de programas como *Me Resbala*, *¡Ahora Caigo!* o *Mask Singer*, donde ha hecho uso de su particular sentido del humor que perfectamente encaja con lo que buscamos para nuestro presentador.

Antena 3 ha explotado perfectamente la inclusión de humoristas como concursantes en los talent shows de su parrilla, una práctica por la que apostó fuerte con el formato *Tu Cara me Suena*, que han repetido en programas como *Me Resbala* y que han utilizado a lo largo de especiales de otros de sus programas, como *La Ruleta de la Suerte*⁷² o *¡Ahora Caigo!*⁷³

Finalmente, creemos importante para atraer a los más jóvenes a ver nuestro programa el lanzar nuestro contenido en un medio distinto, internet, ofreciendo a través del sistema de contenido a la carta que Antena 3 ofrece, los distintos capítulos de nuestro programa, así como contenido exclusivo para este medio, como entrevistas adicionales o sesiones de

⁶⁸ <https://www.larazon.es/antena-3-30-aniversario/20200531/lm63ysgmzavzaby2y5p73q6sm.html>

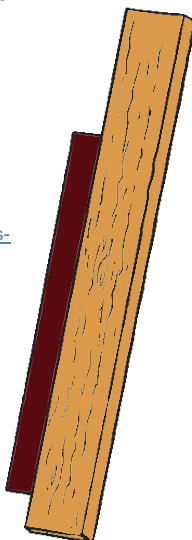
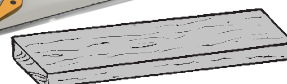
⁶⁹ https://www.elespanol.com/bluper/television/20200226/antena-optara-concursos-no-directo-puente-viejo/470204608_0.html

⁷⁰ <https://www.larazon.es/television/20210714/4vputqxenechacvzz5o65eah4.html>

⁷¹ https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-tv-miercoles-23-diciembre-2020-mask-singer-desenmascara-exito-primera-final-3-millones-antena3_1_7402187.html

⁷² <http://www.eltelevisero.com/2018/04/la-ruleta-con-famosos-la-baza-de-antena-3-contras-pasapalabra/>

⁷³ https://los40.com/los40/2021/07/14/cinetv/1626261567_480786.html

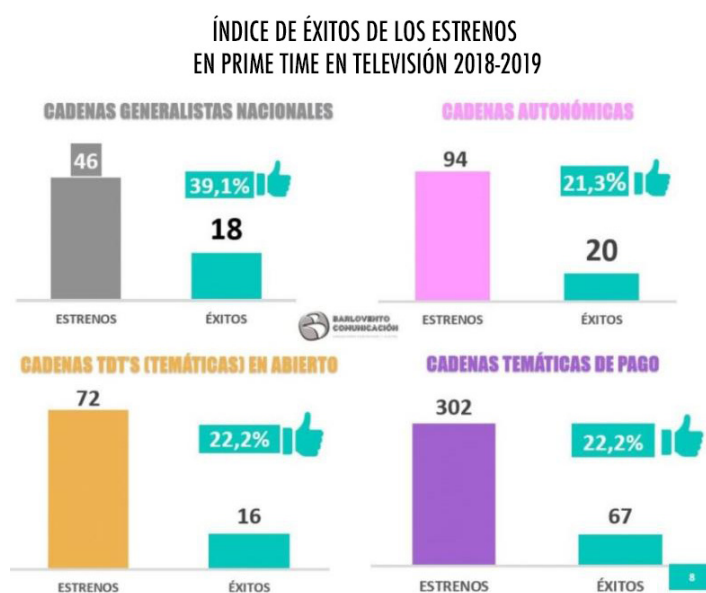


preguntas y respuestas a través de las redes sociales con los propios concursantes, aumentando así el interés de esta franja de edad por nuestro programa.

Posicionamiento en la parrilla

Para situar nuestro programa en la parrilla de Antena 3 hemos tenido en cuenta los productos más fuertes y débiles tanto de nuestra cadena como de las principales competidoras.

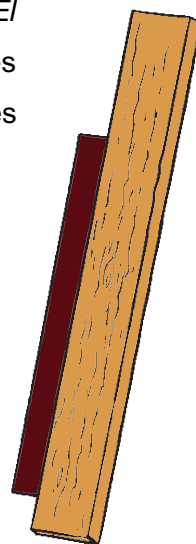
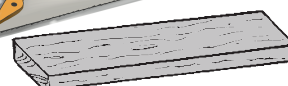
En primer lugar, conviene analizar el índice de éxito de los programas estrenados en la franja del Prime Time en nuestra cadena. Como podemos observar en la gráfica de Barlovento Comunicación, en las cadenas generalistas el índice de éxito de los estrenos es de un 39,1%. Por tanto, elegir esta franja para la emisión de nuestro programa nos acercaría bastante a conseguir un resultado exitoso, como comprobamos con anterioridad con las audiencias de mayo y noviembre con los estrenos de *Mask Singer* y la nueva temporada de *Tu Cara Me Suena*.



Fuente: Barlovento Comunicación, La dificultad del éxito en los estrenos televisivos en el Prime Time temporada 2018-2018 (pág 8 de 36)⁷⁴.

Sin embargo, somos conscientes de que tampoco deberíamos intentar sustituir a programas ya fidelizados y que estén dando buenos resultados en esta franja, como pueden ser *El Hormiguero 3.0*, de lunes a jueves de 22:00 a 23:00 o *Tu Cara me Suena* y *La Voz*, el viernes de 22:00 a 02:30. Por tanto, descartamos estas franjas ya que son programas insustituibles para la cadena debido a su éxito.

⁷⁴ <https://www.barloventocomunicacion.es/informes-barlovento/exito-estrenos-televisivos-prime-time/>



De esta forma, nos surgen dos alternativas para posicionar nuestro programa en la parrilla de Antena 3:

- Emitirlo los lunes de 23:00 a 01:00, buscando la rotación por temporadas con el programa *Me Resbala*, un programa con un target y un humor bastante similares, consiguiendo así con esta rotación no perder espectadores con el cambio.
- Emitirlo los miércoles de 23:00 a 01:00, buscando la rotación por temporadas con el programa *Mask Singer*. En este caso, tendríamos un target algo diferente, ya que sería el de un público más joven. Además, aunque el humor juega un papel importante en el programa, consideramos que no es el foco de este tal y como lo es en *¡Me Destornillo!*

Para elegir la franja definitiva para nuestro talent show, deberemos analizar los programas de la competencia, de forma que podamos determinar qué posicionamiento sería el más beneficioso para cada una de estas dos opciones y las estrategias que podríamos usar para potenciar nuestro programa.

Posicionamiento con la competencia

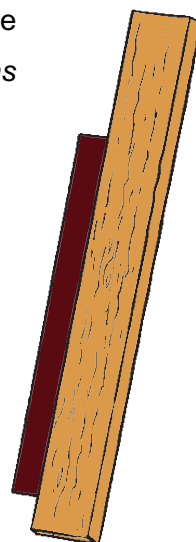
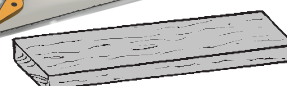
Dentro de este análisis, hemos localizado aquellos programas en la franja del Prime Time de nuestras principales competidoras, sus resultados de audiencias y la posición que tendría nuestro programa de enfrentarse a cada uno de estos.

- Por un lado, Telecinco tiene programas como *Supervivientes* o *La Isla de las Tentaciones* que obtienen grandes resultados en las noches de los jueves, aunque encontramos estrategias de contraprogramación con las que mueven el programa a la noche del miércoles para situarse en un escenario de confrontación directa con los programas de la cadena Antena 3 en un intento de afectar a la audiencia. Un ejemplo lo encontramos con *Mask Singer*, cuya segunda temporada se está viendo superada por el cambio de día del reality de Telecinco⁷⁵.

Además, Telecinco usa la franja del Prime Time del lunes para emitir programas de debate relacionados con los anteriormente mencionados, como *El Debate de las Tentaciones* o *Supervivientes: Conexión Honduras*.

⁷⁵

<https://www.tictoc.es/noticia/4990/television/mask-singer-destronado-por-supervivientes-2021-en-su-segunda-edicion.html>



- La 1 destaca con su talent show *MasterChef*, el cual presenta varias versiones como *MasterChef Celebrity* con famosos o *MasterChef Junior* con niños. Una vez finalizada la temporada de uno de estos programas, se rota con otra de estas versiones, facilitando así que el formato esté altamente fidelizado por sus espectadores al encontrarlo de forma habitual en la cadena en la franja del prime time de los lunes.

Destacamos también la serie *Cuéntame Cómo Pasó*⁷⁶, situada en la franja del prime time de los jueves, que, a pesar de ser un clásico durante 21 temporadas para la cadena, ya está empezando a enfrentarse al desgaste propio de los años en su audiencia, y más al tener que enfrentarse a los programas de Telecinco que mencionamos con anterioridad⁷⁷.

Si podemos destacar algo de este análisis es que todos son programas de entretenimiento, con la excepción de *Cuéntame Cómo Pasó*, ficción que se resiente en su enfrentamiento contra el entretenimiento.

Llegados a este punto, descartamos la franja del prime time de la noche de los lunes, ya que sería demasiado arriesgado exponer un programa de nueva creación a la confrontación directa con uno tan establecido como *MasterChef*, o incluso en coexistencia complementaria con *Supervivientes: Conexión Honduras* y *El Debate de las Tentaciones*, de Telecinco, ya que son formatos potentes que obtienen muy buenos resultados de audiencia⁷⁸.

Descartamos también la franja del prime time de la noche de los jueves, donde las versiones principales de estos programas, *Supervivientes* y *La Isla de las Tentaciones*, dan el liderato a Telecinco durante esta noche.

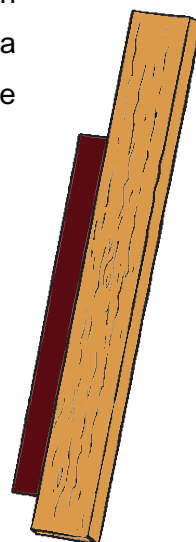
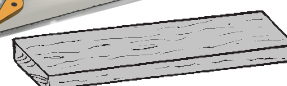
Descartamos finalmente la franja del prime time de la noche del viernes, debido a que nuestra cadena objetivo, Antena 3, ya usa *La Voz* y *Tu Cara me Suena* mediante un sistema de rotación para no causar fatiga a los espectadores, permitiendo que ambos programas se mantengan frescos y obtengan grandes audiencias.

Debido a que Telecinco está realizando intentos de reprogramación al cambiar el programa de la noche de los jueves a la noche del miércoles, para así acabar con el éxito que estaban teniendo el programa *Mask Singer* de Antena 3 en esta franja, consideramos que la franja más adecuada para la emisión se encontraría al encabalar el final de la franja del prime time

⁷⁶ Ficha IMDB del programa: *Cuéntame Cómo Pasó*. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0302447/>

⁷⁷ <http://www.eltelevisero.com/2021/05/cuentame-como-paso-despide-su-temporada-menos-vista-en-tve-las-claves-de-su-desplome-en-audiencias/>

⁷⁸ https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-tv-domingo-1-noviembre-2020-el-debate-de-las-tentaciones-despide-ultimo-record-espectadores_1_7408481.html



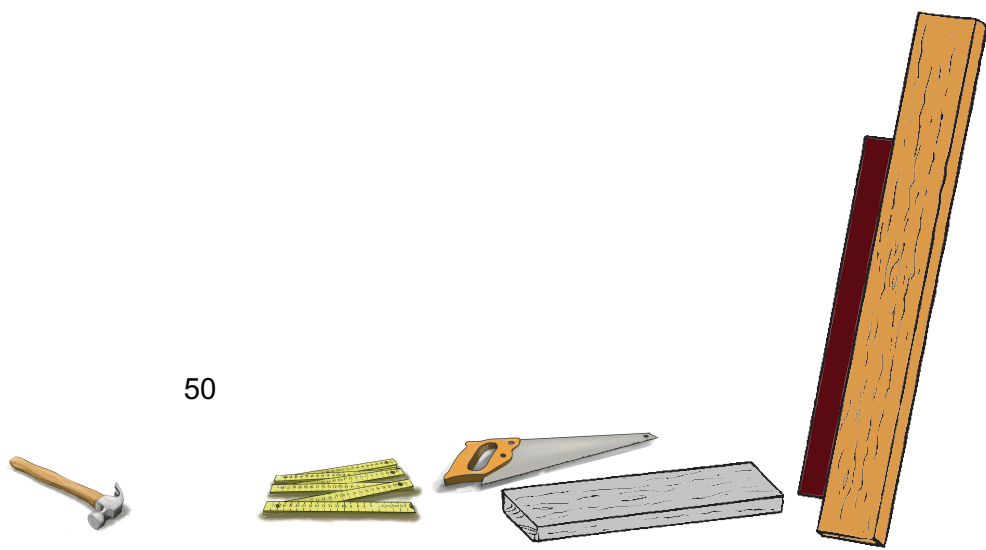
con la franja del late night, programando nuestro programa para los martes, de 23:00 a 01:00, lo cual no permitiría a Telecinco contraprogramar ambos, garantizando así el éxito de nuestro programa. Si conseguimos que nuestro programa tenga éxito y establecerlo como una plaza fuerte en esta franja en dicho día de la semana, nuestros competidores podrían encontrarse con que no podrían competir contra nuestro programa con sus contenidos.

Estrategias de programación

Una de las principales estrategias que adoptaríamos consistiría en el Lead-in, estrategia mediante la cual aprovecharíamos el gran éxito que tiene el programa situado justo antes en la parrilla, en nuestro caso, *El Hormiguero 3.0*. De esta forma, podríamos conseguir arrastrar un importante número de espectadores desde el programa de Pablo Motos al nuestro. El uso de autopromociones de nuestro programa tanto en la cadena como en el propio programa de Pablo Motos supondría una gran ayuda para darlo a conocer.

La relación de nuestro programa con *El Hormiguero 3.0* no termina aquí, ya que podríamos usar también la estrategia de El Cebo, ofreciendo adelantos de nuestro talent show y entrevistas a los concursantes, miembros del jurado o presentador en el talk show presentado por Pablo Motos, causando mayor expectación al ser nuestro programa el siguiente en la parrilla. Combinando estas estrategias, conseguiremos mantener a los espectadores de *El Hormiguero 3.0* a la espera de nuestro programa.

Finalmente, la estrategia del Crossover podría ser usada para las ediciones especiales del programa, mediante la cual contaríamos con la participación de otras personalidades ya conocidas por sus trabajos en Antena 3, de forma que la expectación por verlos envueltos en un programa completamente distinto consiga atraer a sus fans hacia nuestro programa.



9. Plan de marketing y comercial

Objetivos

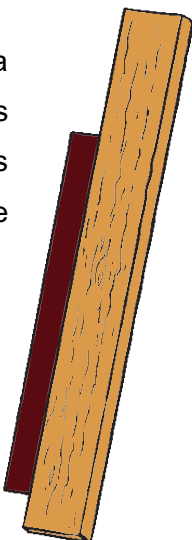
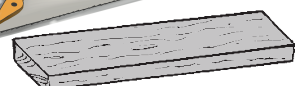
Establecemos aquí los objetivos a conseguir con nuestro programa:

- Desarrollar el formato en su totalidad para realizar su venta.
- Vender los derechos de emisión de nuestro formato.
- Llegar al target establecido para este.
- Conseguir la audiencia estimada y fidelizar a nuestro público.
- Ampliar nuestro target y conseguir que la franja de los 15 a 25 años quieran ver nuestro talent show.
- Llegar a ser líderes de audiencia en la franja de 23:00 a 01:00, uniendo las franjas del prime time y del late night de la noche del martes.
- Mejorar nuestros datos de audiencia de forma semanal. Establecer el récord de audiencia de nuestro programa con la gala final.
- Lograr que el programa sea trending topic en las redes sociales durante su emisión.
- Convertirnos en uno de los programas referentes del entretenimiento.
- Renovar el contrato con la cadena para una segunda edición del programa.
- Exportar nuestro formato a varios países.

Análisis DAFO

Con el análisis DAFO recogeremos algunas de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que nuestro programa presenta, ya que al tenerlas presentes podremos afrontarlas para mejorarlo.

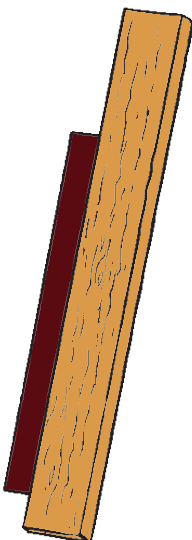
- **DEBILIDADES:** Nuestro programa necesita ser lo suficientemente innovador e interesante para no ser categorizado como un talent show más. Hay que buscar la diferenciación con el resto de talent shows existentes.
- **AMENAZAS:** Grandes resultados de audiencia obtenidos por los realities de la competencia, que tiende a contraprogramar sus contenidos para evitar el éxito de los programas de nuestra cadena objetivo. La abundancia de talent shows en otras cadenas de televisión pueden llevar al público a pensar que nuestro programa repite la misma fórmula que otros.



- **FORTALEZAS:** La presencia de un presentador con conocida carrera en el mundo del humor le permitirá improvisar y evitar que decaiga la atención de nuestros espectadores. Las mecánicas del programa hacen de este un talent show que no se toma en serio a sí mismo, donde lo importante no es la competición, sino el humor generado a través de esta.
- **OPORTUNIDADES:** Establecer para nuestra cadena una plaza fuerte en la franja situada entre las últimas horas del prime time y las primeras del late night del martes, dándonos ventaja sobre una franja que está desatendida por nuestros competidores, y puede darnos grandes resultados de audiencia.

Documento de venta

Adjuntamos como un anexo en un archivo aparte, el documento de venta de nuestro programa.



10. Propuesta operativa

Presupuesto y financiación

En cuanto al presupuesto para la elaboración de nuestro programa, deberíamos tener en cuenta una serie de gastos iniciales que no se mantendrían para futuras ediciones. Dentro de estos encontramos gastos como la construcción/readaptación del plató a usar para grabar el programa, así como el equipamiento, el cual detallaremos más adelante.

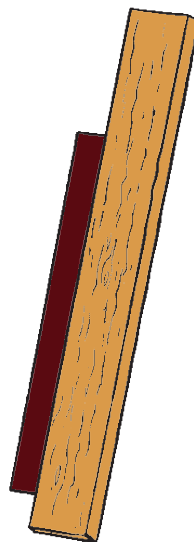
Tras contar con estos gastos, los más importantes aún por considerar y que se repetirían con cada temporada, serían los salarios, tanto del equipo técnico dedicado a la producción y a la realización del programa como al equipo artístico, talentos e invitados que aparecen en este, como son nuestro presentador, los concursantes, el jurado y los invitados especiales. Otro de estos gastos sería el del premio de 50.000 € destinado a ONG a la que esté asociado el ganador del programa.

El gasto de las herramientas y mobiliario usados en cada uno de los programas podría ser sufragado mediante el uso de patrocinadores. Para ello, llegaríamos a acuerdos con marcas como Leroy Merlín, Ikea o Bosch, que podrían proporcionarnos estos materiales para que fueran usados en el programa.

Recursos humanos

Compuesto por las personalidades del programa y el equipo técnico. Dentro del equipo técnico, podemos encontrar dos departamentos: producción y realización:

- Producción: Dentro de este departamento tendríamos a aquellos encargados de la creación del programa, de los espacios donde se grabará, de contactar con los concursantes o de la elaboración de los guiones de cada capítulo. Contaríamos con:
 - Productor
 - Ayudante de producción
 - Guionistas
 - Director artístico
 - Escenógrafo
 - Maquillaje
 - Peluquería

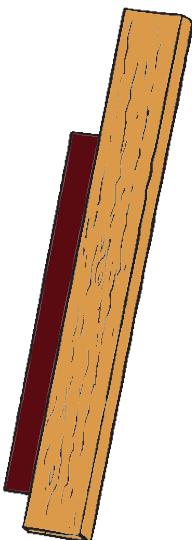


- Coordinación de invitados
- Realización: Dentro de este departamento, encontramos a los encargados de la grabación del programa, pasando por su realización, montaje, iluminación o la mezcla de la pista de audio. Contaríamos con:
 - Realizador
 - Ayudante de realización
 - Dirección de actores
 - Ayudante de dirección
 - Director de fotografía
 - Director de Iluminación
 - Regidor
 - Script
 - Mezclador de vídeo
 - Operador de CCU
 - Grafista
 - Jefe de edición
 - Postproducción
 - Sonidista
 - Microfonista
 - Eléctricos
 - Operadores de cámara y ayudantes
 - Técnicos de plató
 - Mantenimiento
 - Azafatas
 - Encargados de transporte

Equipamiento

En cuanto al equipamiento, necesitaríamos para nuestro plató:

- 4 Cámaras de estudio
- 1 Grúa de cámara
- 4 Trípodes con pedestales hidráulicos para la realización multicámara
- 2 Monitores de campo de plató de vídeo y audio
- 3 Micrófonos de solapa para los miembros de nuestro jurado
- 4 Micrófonos de diadema para nuestro presentador y para los concursantes
- Parrilla de iluminación del plató, con pantallas frías, focos Fresnel o HMI, etc.



- 2 Teleprompter
- Intercomunicador para facilitar comunicación entre control y plató
- 2 Alargaderas
- Cableado correspondiente para el equipo

Además del equipamiento del estudio, se necesitaría un control de realización con el equipo necesario para la realización del programa, dentro del cual tendríamos:

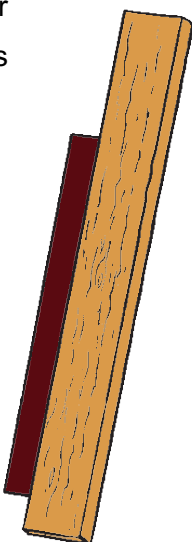
- Mesa de sonido
- Mesa de mezclas y efectos de vídeo
- Mesa de iluminación
- Unidad de control de cámaras
- Vectorscopio
- Equipo de grafismo
- Sala de postproducción y aplicaciones de grafismo
- Monitores dispuestos en serie para controlar cada cámara de forma individual
- Dispositivos de almacenamiento y transporte de las grabaciones

Financiación

En cuanto a la financiación de nuestro programa, tendríamos que conseguir una inversión exterior para poder sufragar estos gastos o conseguir un crédito bancario para poner en marcha el proyecto. La propia cadena podría interesarse en invertir en el proyecto, ya que como mencionamos con anterioridad, los estrenos en la franja propuesta tienen grandes probabilidades de éxito. Esto, unido a las tarifas de Antena 3 para los anunciantes en las franjas propuestas (las del prime time se sitúan en los 21.000 € durante las primeras horas de esta franja y unos 10.000 € a partir de las 00:00 de la noche)⁷⁹ garantizaría a la cadena recuperar fácilmente su inversión, consiguiendo así la rentabilidad esperada del formato.

El hecho de que famosos concursen en nuestro programa o de la aparición de invitados especiales daría más confianza a los anunciantes sobre que el programa podría obtener grandes datos de audiencia, y en consecuencia, permitir que sus productos lleguen a grandes cantidades de público.

⁷⁹ https://www.atresmediapublicidad.com/ofertacomercial/oferta-comercial-2-trimestre-2021_2021050760952c660dc31d00013f6a2c.html



Además, mediante el uso de telepromociones podemos aprovechar el plató de nuestro propio programa y a nuestro jurado experto en el mundo del bricolaje y asociados al programa *Bricomanía*, para realizar pequeños espacios para promocionar las herramientas de marcas como Bosch o Leroy Merlín. Sería necesario introducir la sobreimpresión de “Publicidad” así como separar el espacio del programa mediante un separador para no dar lugar a dudas de que es un espacio publicitario.

Publicidad

Tal y como reflejamos en la escaleta y explicamos en el apartado de duración del programa, haremos uso de diversas comunicaciones comerciales, siempre respetando las disposiciones impuestas en el Real Decreto 1642/2011, de 14 de noviembre, en el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva⁸⁰. De esta forma, durante la primera hora del programa, tendríamos un bloque publicitario de 12 minutos⁸¹ más la autopromoción de otro programa de la cadena de 2 minutos⁸², respetando así el límite de 12 minutos por hora de reloj de publicidad y 5 minutos de autopromoción por hora de reloj, como establece la ley. Durante la segunda hora, tendríamos otro bloque de 12 minutos de publicidad más la autopromoción de 2 minutos con otro programa de la cadena.

Telepromoción

Precediendo a los bloques de publicidad y autopromoción, tendríamos los espacios de 0,5 minutos de telepromoción en el plató del programa, Teniendo en cuenta la naturaleza de nuestro programa y su relación con el bricolaje, creemos que la presencia de Kristian Pielhoff e Íñigo Segurola para promocionar marcas de herramientas como Leroy Merlín o Bosch, sería el enfoque perfecto para este tipo de spots. Naturalmente, tendríamos que mostrar en pantalla un rótulo o sobreimpresión indicando que se trata de un espacio publicitario para evitar la confusión del espectador, de acuerdo con lo que dicta la ley⁸³, además de adaptarse al tiempo máximo permitido para estas comunicaciones⁸⁴.

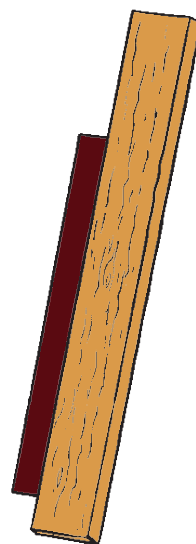
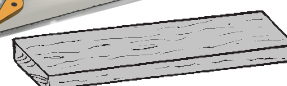
⁸⁰ <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>

⁸¹ Artículo 2 (apartados 3 y 4) de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>

⁸² Artículo 4 de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>

⁸³ Artículo 11 <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>

⁸⁴ Artículo 9 (apartados 1 y 2) y Artículo 10 de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>



11. Conclusiones

Reflexiones sobre el formato

En el contexto actual que nos encontramos, aún con las consecuencias del Covid-19 presentes en la industria, encontramos en el entretenimiento una vía de escape para que nuestros espectadores desconecten de sus problemas en busca de diversión. Es imprescindible realizar este tipo de programas que pueden obtener unos buenos resultados, y, por tanto, ser muy rentables para la cadena.

Bajo una competición en forma de talent show encontramos un espectáculo de humor y risas, dando un escaparate a algunos de nuestros cómicos preferidos para que, en un entorno muy diferente, hagan lo que se les da mejor, hacer reír a los espectadores.

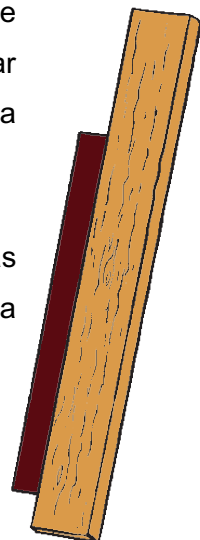
Finalmente, optamos por un formato de entretenimiento en busca de recuperar esos momentos de reunión familiar que vivíamos con concursos como el *Grand Prix* de Ramón García, donde nos reuníamos todos alrededor de la televisión en busca de risas con nuestros seres queridos. Aunque recurrimos a la ayuda de internet para llegar a los más jóvenes, esto no impide que el programa pueda ser consumido en común por una familia con personas de cualquier edad.

Valoración personal sobre la creación de un formato

Este proyecto me ha permitido enfrentarme a todos los campos necesarios para crear un programa destinado a televisión. Supone un esfuerzo titánico desarrollar una única persona la creación de un formato televisivo, así como todos sus aspectos técnicos y creativos. Al ser este proyecto individual, he conseguido apreciar la importancia que tiene en televisión el trabajo en equipo y el que cada miembro de este se especialice en un aspecto del proyecto.

Frente a algo como la ficción, en la que una persona puede tener una idea y desarrollarla por sí mismo y sabiendo plasmar en planos qué es lo que quiere contar, para un programa de televisión es necesario tener en cuenta los formatos que nos han precedido para encontrar forma de diferenciarnos, y poder realizar un producto atractivo como para que pueda venderse en múltiples partes del mundo.

Desarrollar las mecánicas del programa y su funcionamiento están lejos de ser las partes más difíciles del proyecto, pues una vez establecidas requieren de un equipo completo que sea

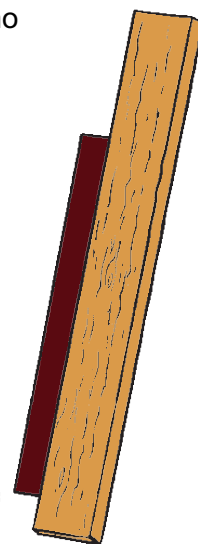
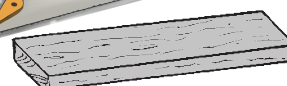


capaz de imaginar cómo hacerlo realidad desde el punto de vista de qué cámaras usar, qué tipo de micrófonos, etc., todo ello mediante una realización estilo directo, que dificulta la planificación al no poder realizar múltiples tomas como en la ficción. Hemos de planificar para obtener el mejor resultado posible de primeras, y eso afecta a los planos usados, posicionamiento de cámaras o incluso los tipos usados. En nuestro proyecto, pasamos de considerar 4 cámaras como la única posibilidad a 5 cámaras y siendo una de estas una grúa, para facilitar la grabación de los programas.

Desarrollar las estrategias de programación y el posicionamiento de nuestro programa con la competencia supone un reto para el programador, que debe no solo ser consciente de todas las parrillas de los competidores y posibles estrategias usadas en el momento. También ha de prever los posibles cambios, intentos de contraprogramación y cambios de estrategias que las cadenas rivales pueden usar para contrarrestar las que hemos empleado, haciendo de la figura del programador una de vital importancia para las cadenas. Es por esto que hemos realizado la simulación de programar nuestro formato en la cadena Antena 3, a pesar de que el formato podría venderse en cualquier parte del mundo. De esta forma, hemos profundizado en los conocimientos de un programador de televisión.

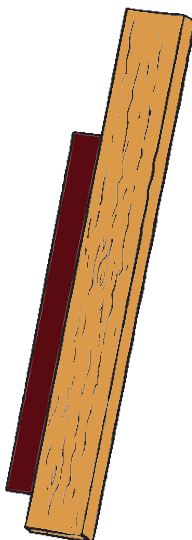
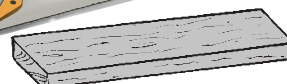
Finalmente, destacamos nuevamente la importancia de un equipo para la creación de este tipo de proyectos, ya que aspectos como la identidad visual del programa permiten a cualquier persona hacerse una idea de qué es lo que queremos hacer a simple vista, y no todo el mundo destaca en labores de diseño. Personalmente, es un campo en el que he detectado ciertas lagunas, pero he hecho el esfuerzo para desarrollar los elementos necesarios para darle vida a este proyecto con elementos más visuales.

En conclusión, he de decir que es una experiencia muy satisfactoria el haber sido capaz de completar la creación de un programa de televisión desde cero, aunque supone una tarea titánica a veces, para la cual considero necesario un equipo de personas con habilidades y conocimientos diversos y que puedan complementarse entre ellos. El haber podido profundizar en todos los aspectos relacionados con el mundo de la televisión ha sido muy importante a nivel personal, pues es el campo al que me gustaría dedicarme, y siento que no se le da la importancia suficiente frente a otros como la ficción.

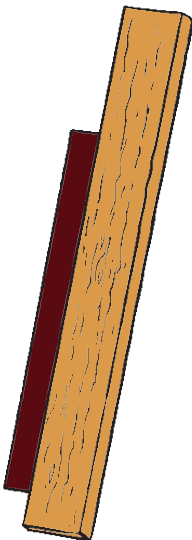


12. Bibliografía

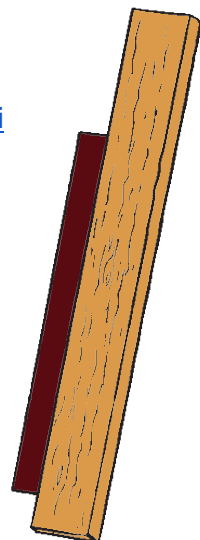
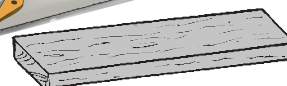
- AIMC Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2021). Resumen general de resultados EGM. *AIMC Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación*. Recuperado de:
<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/television>
- Álvarez Martínez, N, Calahorra Herrero, R, De la Faya Rolano, G, Del Pozo, M, Moreno Valiente, M, Peregrina, A, Prieto, L, Ruíz Miner, Z, Vázquez, F, y Vázquez-Noguerol Muleiro, M (Productores). (1990-Presente). Antena 3 Noticias (Informativo). Atresmedia. Recuperado de:
https://www.imdb.com/title/tt0374364/?ref =nv_sr_srsrg_0
- Atresmedia Publicidad (2021). *Oferta comercial 2º trimestre 2021*. Madrid. Recuperado de:
https://www.atresmediapublicidad.com/ofertacomercial/oferta-comercial-2-trimestre-2021_2021050760952c660dc31d00013f6a2c.html
- Atresmedia y Boomerang TV (Productores). (2012-Presente) La Voz (Talent Show). Atresmedia; Boomerang TV; Mediaset España. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt2404696/>
- Baint TV (Productora). (1994-2020). Bricomanía (Programa de bricolaje). Baint TV. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt1045358/>
- Ballester Pedro, A., Castro Soto, L., Marchena Ruda, A. (2018). *Creación de un formato televisivo de telerrealidad: El Séptimo Método*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. Recuperado de:
<https://idus.us.es/handle/11441/78536>
- Barlovento Comunicación (27 de junio de 2019). *La dificultad del éxito en los estrenos televisivos en el prime-time (temp. 2018-2019)*. Madrid. Recuperado de:
<https://www.barloventocomunicacion.es/informes-barlovento/exito-estrenos-televisivos-prime-time/>



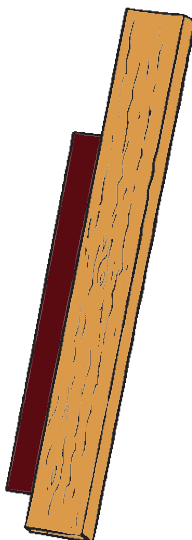
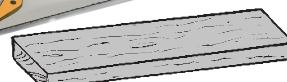
- Barlovento Comunicación (1 de febrero de 2021). *Análisis Audiencias TV / Enero 2020*. Madrid. Recuperado de:
<https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencia-tv-enero-2020/>
- Barlovento Comunicación (1 de diciembre de 2021). *Análisis Audiencias TV / Noviembre 2020*. Madrid. Recuperado de:
<https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-noviembre-2020/>
- Barlovento Comunicación (1 de mayo de 2021). *Análisis Audiencias TV / Abril 2021*. Madrid. Recuperado de:
<https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-abril-2021/>
- Barlovento Comunicación (1 de junio de 2021). *Análisis Audiencias TV / Mayo 2021*. Madrid. Recuperado de:
<https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-mayo-2021/>
- Bernadeu, M. A. y Gálvez, B. (Productores). (2001-Presente). *Cuéntame cómo pasó* (Serie de televisión). Ganga Producciones; RTVE. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0302447/>
- Blanco Maldonado, A. (2017). La evolución histórica de los programas musicales en la televisión española: De los programas de divulgación musical a los talent shows. *Revista Internacional de Comunicación*, 35, 1-14. Recuperado de:
<https://idus.us.es/handle/11441/66410>
- Bonachera Ruiz, P. (2017). *Análisis de formatos televisivos*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. Recuperado de:
<https://idus.us.es/handle/11441/63259>
- Bonilla Arjona, J., Cabrerizo Sanz, C., Maroto Illera, R. (2012). Pág. 22. *Las industrias culturales y creativas: Un sector clave de la nueva economía*. Fundación IDEAS, Madrid. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/572588.pdf>



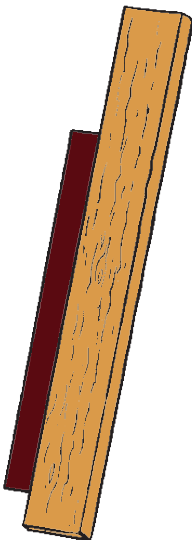
- Bulldog TV (Productora). (2000-Presente). Supervivientes [Reality]. Mediaset España; Bulldog TV. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0815739/>
- Bustos Frías, J. M. (Productor). (2008-2010). Password (Concurso). FremantleMedia. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt1409391/>
- Cardona, D. y Gonzalo, J.R. (Productores). (2020-Presente). La Isla de las Tentaciones (Reality). Banijay Group; Cuarzo Producciones; Mediaset España. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt10999152/>
- Carreras Lario, N. C. (2014). Minuto uno de la televisión híbrida. *Historia y Comunicación Social*, 19, N.º Especial febrero, 427-438. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5040077>
- Cerbián Benítez, M. V. (2018). *Esencia Perdida*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. Recuperado de:
<https://idus.us.es/handle/11441/79849>
- Checa Godoy, A. (2010). Los concursos en la radio española. La época dorada. En Actas del II Congreso Internacional AE-IC: Comunicación y desarrollo en la era digital Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado de:
<https://idus.us.es/handle/11441/60241>
- Comisión Europea (27 de abril de 2010). Pág. 7. *Libro Verde. Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:ES:PDF>
- Dafonte Gómez, A. (2013). Los contenidos televisivos como marcas. Una revisión del concepto de formato desde el punto de vista del branding. Segado, F. y Barquero, M. (Ed.), *Persuasión Audiovisual. Formas, soportes y nuevas estrategias*. Madrid: Furtwangen / McGraw-Hill. Recuperado de:
https://www.academia.edu/4134017/Los_contenidos_televisivos_como_marcas_revisi%C3%B3n_del_concepto_de_formato_desde_el_punto_de_vista_del_branding



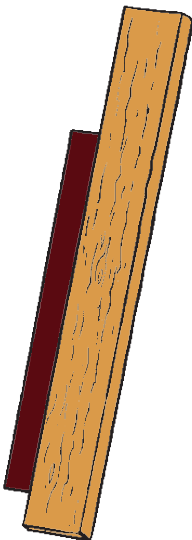
- Elidrissi, F. (17 de diciembre de 2020). Adiós a Bricomanía: así es y así vive su conocido presentador vasco de origen alemán que habla cinco idiomas: [El pasado mes de octubre la productora del programa anuncia que Nova no continuaría sus emisiones esta temporada. Pero además de ser el manitas más famoso de la televisión, el presentador es también guía de viajes, habla cinco idiomas y sueña con jubilarse en Bali y hacer tortillas de patata]. *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2020/12/17/5fda0d31fc6c83c61a8b464d.html>
- El Televisero (13 de abril de 2018). 'La Ruleta' con famosos, la baza de Antena 3 contra 'Pasapalabra': [La próxima semana 'La Ruleta de la Suerte' pone en marcha tres semanas de programas especiales para celebrar el 12 aniversario del concurso que presenta Jorge Fernández]. *El Televisero*. Recuperado de: <http://www.eltelevisero.com/2018/04/la-ruleta-con-famosos-la-baza-de-antena-3-contra-pasapalabra/>
- Europroducciones (Productora). (1995-2005; 2007-2009). Grand Prix del verano (Concurso). Europroducciones. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt0375336/>
- Fernández, J. (26 DE febrero de 2020). Por qué Antena 3 optará por tres concursos y no por directo tras 'Puente Viejo': [La cadena anunciaba este lunes por sorpresa el final de una de sus series más emblemáticas]. *El Español*. Recuperado de: https://www.elespanol.com/bluper/television/20200226/antena-optara-concursos-no-directo-puente-viejo/470204608_0.html
- Formula tv (6 de febrero de 2018). 'OT 2017' brilla con éxito en su final y corona a Amaia ganadora con un increíble 30,8%: ['Mi casa es la tuya', afectado por 'Operación Triunfo', cae a mínimo con un 7%]. *Formula tv*. Recuperado de: <https://www.formulatv.com/noticias/76569/audiencias-5-febrero-ot-2017-brilla-final-corona-amaia-ganadora-increible/>
- Fremantle y Grundy (Productoras). (2007-2008; 2018). Factor X (Talent Show) Fremantle; Grundy. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt1034822/>
- Fremantle y Mediaset España (Productoras). (2016-Presente). Got Talent España (Talent Show). Fremantle; Mediaset España. Recuperado de: <https://www.imdb.com/title/tt5651816/>



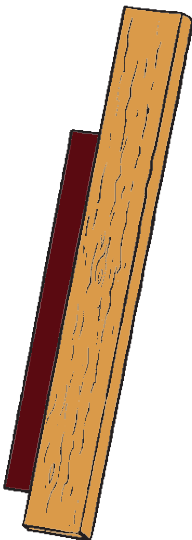
- Fremantle (Productora). (2020-Presente). Mask Singer: Adivina quién canta (Concurso). Fremantle. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt11692780/>
- Gallego Santos, M. del C. (2015). *La puesta en escena del relato televisivo en la sociedad del espectáculo. Viejas y Nuevas Narrativas Audiovisuales*. [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca]. Recuperado de:
<https://gredos.usal.es/handle/10366/129645>
- García, C. (30 de mayo de 2020). El arte de entretener: [Acompañando a la sociedad desde la calidad de sus programas]. *La Razón*. Recuperado de:
<https://www.larazon.es/antena-3-30-aniversario/20200531/lrn63ysgmzavzaby2y5p73q6sm.html>
- Gestmusic (Productora). (2011-2021). ¡Ahora caigo! (Concurso). Gestmusic. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt2446208/>
- Gestmusic (Productora). (2014-Presente). ¡Boom! (Concurso). Gestmusic. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt10554146/>
- Gestmusic (Productora). (2005-2009; 2014). ¡Mira quién baila! (Concurso) Gestmusic. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0465365/>
- Globomedia, Guadiana Producciones y Videozapping (Productores). (1993-1995; 1998). El juego de la oca (Concurso). Globomedia; Guadiana Producciones; Videozapping. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0452914/>
- Granda, G. (14 de julio de 2021). <<El Hormiguero 3.0>> cierra una temporada para la historia: [El programa que presenta Pablo Motos es referente nacional del entretenimiento]. *La Razón*. Recuperado de:
<https://www.larazon.es/television/20210714/4vaputqxenechacvzz5o65eah4.html>
- Grundy y Zeppelin TV (Productora). (1998-2001; 2006). Furor (Concurso) Grundy; Zeppelin TV. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0372675/>



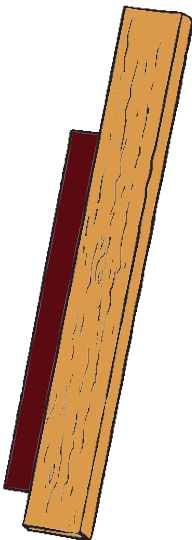
- Guerrero Pérez, E. (2005). El concurso como género de calidad en la televisión española. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 25, 2. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2927584>
- Hogarmanía (2021). Vuelve Bricomanía con nuevos vídeos ¡a su canal de YouTube! *Hogarmanía*. Recuperado de:
<https://www.hogarmania.com/bricolaje/vuelve-bricomania-nuevos-videos-a-canal-de-youtube.html>
- Juste, V. (17 de mayo de 2021). 'Cuéntame cómo pasó' despide su temporada menos vista en TVE: Las claves de su desplome en audiencias: [La longeva ficción de TVE ya ha renovado por una nueva temporada a pesar de su deterioro en audiencias tras 20 años en emisión]. *El Televisero*. Recuperado de:
<http://www.eltelevisero.com/2021/05/cuentame-como-paso-despide-su-temporada-menos-vista-en-tve-las-claves-de-su-desplome-en-audiencias/>
- La 1. (2021, 2 septiembre). En Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado de:
https://es.m.wikipedia.org/wiki/La_1
- La Fábrica de la Tele y Mediaset España (Productoras). (2009-Presente). *Sálvame Deluxe* (Tertulia). Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt3626802/>
- Lebrún Aspillaga, A. M. (2014). Industrias culturales, creativas y de contenidos. *Consensus*, 19(2), 45-57. Recuperado de:
https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias_Culturales_Creativas_y_de_Contentidos_-_Ana_Mar%C3%ADas_Aspillaga.pdf
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva. *Boletín Oficial del Estado*, 294, de 7 de diciembre de 2011, pp. 129575-129583. Recuperado de:
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2011-19207>
- Marín, C. y Rey, M. (Productoras). (2013-Presente). *Masterchef* (Concurso). RTVE, *Shine Iberia*. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt2835906/>



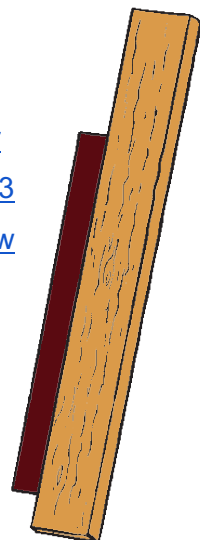
- Marín, I. (Productora). (1997-Presente). Saber y Ganar (Concurso). Producciones Quart S.A. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0375435/>
- Martingala (Productora). (1990-1997; 2006-Presente). La ruleta de la suerte (Concurso). Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0810017/>
- Melgarejo Moreno, I., Rodríguez Rosell, M. del M. (2012). Géneros y formatos en los canales infantiles politemáticos de televisión. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 120, 44-64. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752948003.pdf>
- Moreno Díaz, J. (2014). Los concursos en España: percepción histórica y evolución del género (1956-1975). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20, N.º Especial, 27-42. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Recuperado de:
<https://revistas.ucm.es/index.php/esmp/article/download/45089/42458>
- Nieto, M. Á. (2007, 21 diciembre). *José Luis Pecker, otra voz de la radio que se apaga*. EL PAÍS. Recuperado de:
https://elpais.com/diario/2007/12/21/necrologicas/1198191601_850215.html
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2020). Informe anual del sector de los Contenidos Digitales en España 2020 (Ed. 2020). Madrid: Secretaría General Técnica. Centro Publicaciones. Recuperado de: https://www.onsi.red.es/sites/onsi/files/2021-02/InformeAnualSectorContenidosDigitalesEspa%C3%B1a2020_2.pdf
- Pareja, V., Parés, J. y Rubira, T. (Productores). (2001-2011; 2017-2020). Operación Triunfo (Talent Show). Gestmusic; RTVE. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0306368/>
- Pérez Vega, J. (Productor). (2000-Presente). Pasapalabra [Concurso]. Boomerang TV; Buendía Estudios; ITV Studios Global Entertainment. Recuperado de:
https://www.imdb.com/title/tt0381791/?ref_=tt_ov_inf



- Recio, C y Rubira, T (Productores). (2011-Presente). Tu Cara me Suena (Talent Show). Atresmedia; Gestmusic. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt2078446/>
- Redacción (04 de marzo de 2017). 'Tu Cara me Suena' cierra temporada de manera espectacular con un estratosférico 28,8% y más de 4 millones de espectadores: [Mientras, 'Sálvame Deluxe se tuvo que conformar con anotar un escueto 13,8% de share en su última emisión en viernes]. *ExclusivaDigital*. Recuperado de:
<https://www.exclusivadigital.com/television/tu-cara-me-suena-cierra-la-quinta-temporada-con-una-audiencia-estratosferica/>
- Redacción (2 de noviembre de 2020). 'El debate de las tentaciones' (17,8%) se despidió de su apasionada audiencia con último récord de espectadores: ['El debate de las tentaciones' volvió a reunir a más de 2 millones de espectadores en su última entrega, en la que cosechó un 17,8% de share. El formato de Telecinco sumó una décima más que - la semana pasada, en la que se batió con los dos primeros episodios de 'Veneno' en Antena 3]. *VerTele!* Recuperado de:
https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-tv-domingo-1-noviembre-2020-el-debate-de-las-tentaciones-despide-ultimo-record-espectadores_1_7408481.html
- Redacción (24 de diciembre de 2020). 'Mask Singer' desenmascara el éxito de su primera final con 3 millones y 25,9%: [La final de 'Mask Singer' concede a Antena 3 su última gran alegría, superando los 3 millones de espectadores y marcando un 25,9% de cuota. Un gran dato que termina por confirmar su éxito y que fue también impulsado por su extensa duración, que sobrepasó la 1:30h de la mañana con su último desenmascaramiento. Con la entrega, el programa marcó su segunda mejor cuota y tercer mejor número de espectadores]. *VerTele!* Recuperado de:
https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-tv-miercoles-23-diciembre-2020-mask-singer-desenmascara-exito-primer-final-3-millones-antena3_1_7402187.html
- Redacción (9 de enero de 2021). Audiencias: La final de 'TCMS' arrasa con más de 3,3 millones: ['Volverte a ver' no pudo aguantar la competencia y quedó por debajo del doble dígito en Telecinco; Antena 3 Noticias 2 marcó máximo histórico]. *El Español*. Recuperado de:
https://www.elespanol.com/bluper/audiencias/20210109/audiencias-final-tcms-arrasa-millones/549945730_0.html



- Rey, M. y Rivas, A. (Productoras). (2013-Presente). Me resbala (Programa de entretenimiento). Shine Iberia. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt3373958/>
- RTVE. (2013, 29 abril). *Bobby Deglané*. RTVE.es. Recuperado de:
<https://www.rtve.es/play/audios/la-radio-de-los-mil-tiempos/radio-mil-tiempos-bobby-deglane/1793233/>
- RTVE (Productora). (1957-1958). Caras nuevas (Concurso). RTVE. Recuperado de:
https://es.wikipedia.org/wiki/Caras_nuevas
- RTVE (Productora). (1956-1957). Festival Marconi (Programa de entretenimiento). RTVE. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0959083/>
- RTVE (Productora). (1958-1959). Hacia la fama (Concurso). RTVE. *Hacia la fama*. (2019, 14 septiembre). Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado de:
https://es.wikipedia.org/wiki/Hacia_la_fama
- Ruiz Ocaña, L., Galera, C. (7 de abril de 2020). Así ha sido el espectacular consumo de televisión en el mes de marzo. *Expansión*. Recuperado de:
<https://www.expansion.com/sociedad/2020/04/06/5e8b6fcce5fdea790e8b462a.html>
- Salvador, J. (Productor). (2013). Así nos va (Programa de entretenimiento). 7 y Acción. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt5304876/>
- Salvador, J. (Productor). (2006-Presente). El Hormiguero [Programa de entretenimiento]. 7 y Acción. Recuperado de:
https://www.imdb.com/title/tt0870872/?ref=mv_sr_srsq_0
- Santos Martínez, C. J. (2013). La televisión reinventada en la era digital: Nueva audiencia. En Caldevilla Domínguez, D. (coord.), *Análisis audiovisual y publicitario actuales*. ACCI. Recuperado de:
https://books.google.es/books?id=cuHOBAAQBAJ&pg=PT85&lpg=PT85&dq=alvar ez+monzoncillo+controlan+los+contenidos&source=bl&ots=PzmnUkSajs&sig=ACfU3U1ZvGs_LCohZVtWASUsYqGfF2ZPjA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiclbGusfrxAhVw&f=false



- Scolari, C. (2008). Hacia la Hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la comunicación*, 77, 1-9.
Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2694422>
- Tarragona Gazol, A. (2017). *Realización Programa de TV: "LOS VIERNES SIN SOL"*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Oberta de Cataluña]. Recuperado de:
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/65827/6/atarragonagTFG0617memoria.pdf>
- Tic Toc (2021). 'Mask Singer' destronado por 'Supervivientes 2021' en su segunda edición. *Tic Toc*. Recuperado de:
<https://www.tictoc.es/noticia/4990/television/mask-singer-destronado-por-supervivientes-2021-en-su-segunda-edicion.html>
- Valenzuela Valenzuela, J. (Productor). (1972-1973; 1976-1978; 1982-1988; 1991-1994; 2004). Un, dos, tres... responde otra vez (Concurso). Prointel; RTVE.
Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0300872/>
- Vamos @ Ver Televisión (Productora). (1991-2012). Cifras y letras (Concurso) Vamos a Ver Televisión. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0375280/>
- Venegas, I. (14 de julio de 2021). '¡Ahora Caigo!' vuelve a la televisión antes de su programa final: estas serán sus últimas entregas: [Antena 3 emitirá las grabaciones restantes del concurso en muy pocos días]. *Los 40*. Recuperado de:
https://los40.com/los40/2021/07/14/cinetv/1626261567_480786.html
- Warner Bros ITVP (Productora). (1999-2001; 2005-2008; 2009; 2012; 2020-Presente). ¿Quién quiere ser millonario? (Concurso). Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt0477551/>
- Zeppelin TV (Productora). (2008-2011; 2018-Presente). Fama, ¡a bailar! (Talent show). Zeppelin TV. Recuperado de:
<https://www.imdb.com/title/tt1168672/>

